



승인번호
제 114050 호

2020년
**외식 산업
경기전망지수**
KOREAN RESTAURANT BUSINESS INDEX
- 종합보고서



농림축산식품부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

제 1장. 2020년 외식산업경기전망지수 조사결과

1. 외식산업경기전망지수 종합결과	7
2. 업종별 외식산업경기전망지수	11
3. 지역별 외식산업경기전망지수	19
4. 창업시기별 외식산업경기전망지수	23
5. 상권별 외식산업경기전망지수	24
6. 업체 규모별 외식산업경기전망지수	26
7. 운영형태별 외식산업경기전망지수	27
8. 서비스 형태별 외식산업경기전망지수	28

제 2장. 코로나19 외식업체 영향분석

1. 조사 설계	31
가. 조사 목적	31
나. 조사 항목	31
2. 응답자 특성	32
3. 조사 결과	34
가. 코로나19의 외식업체 영향 분석결과	34
나. 코로나19에 대한 외식업체 대응현황 분석결과	38
다. 코로나 여파로 인한 외식업체 영향 세부 분석	41
라. 코로나19 확진자 수 현황 및 외식산업 경기	46
마. 분기 별 코로나19 관련 정부지원과 외식경기	48
4. 코로나19 영향분석 시사점 및 제언	49

제 3장. 카드사 빅데이터와 외식산업경기 분석

1. 카드소비금액 증감과 외식업경기지수	53
가. 분석 개요	53
나. 분석 결과	53
2. 카드사 빅데이터와 경기지수 간 관계분석	57
가. 분석 개요	57
나. 소비변화와 경기지수 간 상관관계(Correlation) 분석 결과	58
다. 소비변화와 경기지수 간 회귀분석 결과	59
라. 카드 빅데이터와 경기지수 간 관계 분석 결과 시사점	61

CONTENTS

3. 빅데이터(카드/POS) 기반 지수활용 가능성 검토	62
가. 스캐너 데이터 및 카드사 데이터의 유용성	62
나. 실사지수/카드사 데이터/POS데이터 비교 분석	62
다. POS데이터 활용가능성	66
라. 카드사 데이터 활용가능성	70

제 4장. 향후 지수 활용 관련 제언

1. KRBI지수 보정 필요성 검토	75
가. 지수 보정의 필요성	75
나. 척도 변경에 따른 시계열 연장을 위한 지수보정	78
2. 외식 관련 빅데이터 활용 제언	80

I . 2020년 외식산업 경기전망지수 조사 결과

1. 외식산업경기전망지수 종합결과

- BSI 방식으로 측정되는 한국외식산업경기전망지수는 2011년 발표 이래로 3점 척도로 측정되었으나 더욱 정밀하고, 현실적인 체감경기 파악을 위해 2018년부터 3점과 5점 척도를 병행 조사하였고, 2020년부터 5점 척도를 주 척도로 함
- 2020년의 외식산업 경기는 **코로나19의 영향으로 장기적인 침체 국면에 접어들었으며**, 2분기 약간의 지수 상승이 있었으나 지속적인 확진자 수의 증가, 사회적 거리두기 단계 강화 시행 등으로 인해 경기의 회복은 이루어지지 않았음. 외식업은 주로 연말특수로 인한 매출개선이 많이 이루어졌으나 2020년은 **코로나19로 인해 이러한 연말특수도 사라져 외식업의 매출타격은 심각한 상황인 것으로 판단됨**
- 지수의 변화를 살펴보면 2018년부터 2019년까지 지수는 69.51 ~ 74.81 사이에 분포하고 있었으나 2020년 1분기의 직접적 **코로나19 영향 이후에 지수는 59.76을 기록하여** 최근 3년 간 가장 낮은 수치를 보였으며, **코로나19의 영향을 벗어나지 못한 2020년 연말에는 지수 측정 이래 가장 낮은 수치인 59.33을 기록하며 경기침체 장기화 현상을 보였음**
 - 2분기 정부의 직접지원책으로 재난지원금이 지급되며 경기 하락세가 둔화되었으나 소비 심리가 크게 개선되지 않고 확진자 수의 급증으로 사회적 거리두기의 단계가 강화 시행되며 3분기 이후에는 경기가 개선되지 못하였으며 4분기에는 경기침체가 지속되었음
- 이러한 직접적 매출타격으로 인해 식재료원가지수 역시 분기를 거듭하며 **낮아지는 경향**을 보였고 고용지수는 분기 별로 급격한 변화는 없었으나 2018~2019년 대비 전반적으로 고용지수가 낮게 나타나 **평균적인 고용규모는 축소된 것으로** 보이며 이는 **코로나19가 고용시장에도 역시 직접적 타격을 준 것으로** 판단됨
- 한편, 미래 외식경기에 대한 전망지수는 일부 회복에 대한 기대심리로 현재의 체감경기 보다는 **긍정적 전망을 한 편이나** 이러한 미래경기지수 역시 **예년 수준에 미치지 못하고** 있어 **낙관적 경기 회복을 전망하기는 어려울 것으로** 보임

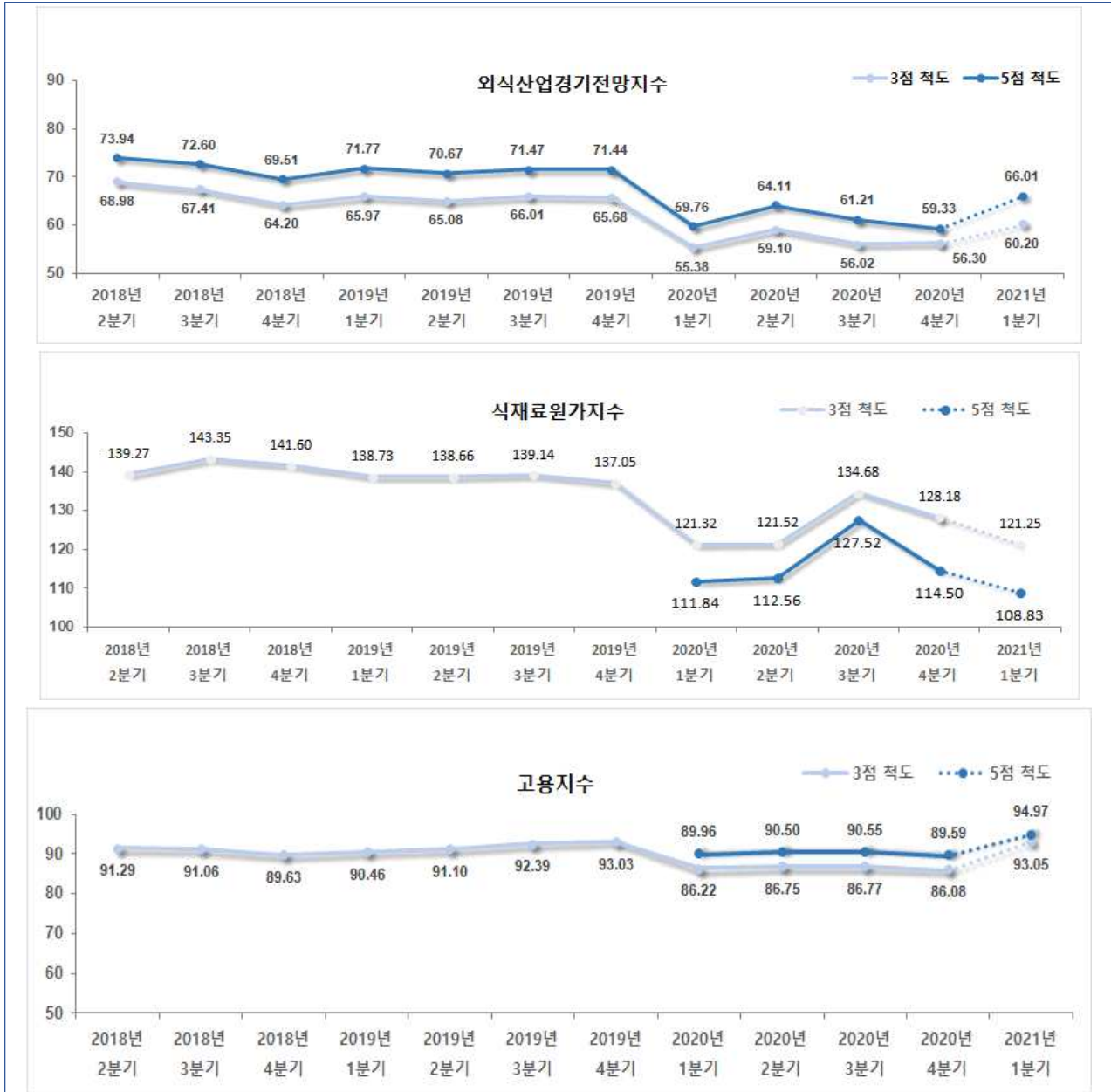
【표 I-1】 외식산업경기전망지수/식재료 원가지수/고용지수 (5점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
식재료 원가지수	.	.	.	.	.	.	.	.	111.84	112.56	127.52	114.50	108.83
고용지수	.	.	.	.	.	.	.	.	89.96	90.50	90.55	89.59	94.97

【표 I-2】 외식산업경기전망지수/식재료 원가지수/고용지수 (3점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
식재료 원가지수	139.67	139.27	143.35	141.60	138.73	138.66	139.14	137.05	121.32	121.52	134.68	128.18	121.25
고용지수	93.34	91.29	91.06	89.63	90.46	91.10	92.39	93.03	86.22	86.75	86.77	86.08	93.05

【그림 I-1】 외식산업경기전망지수/식재료 원가지수/고용지수 추이

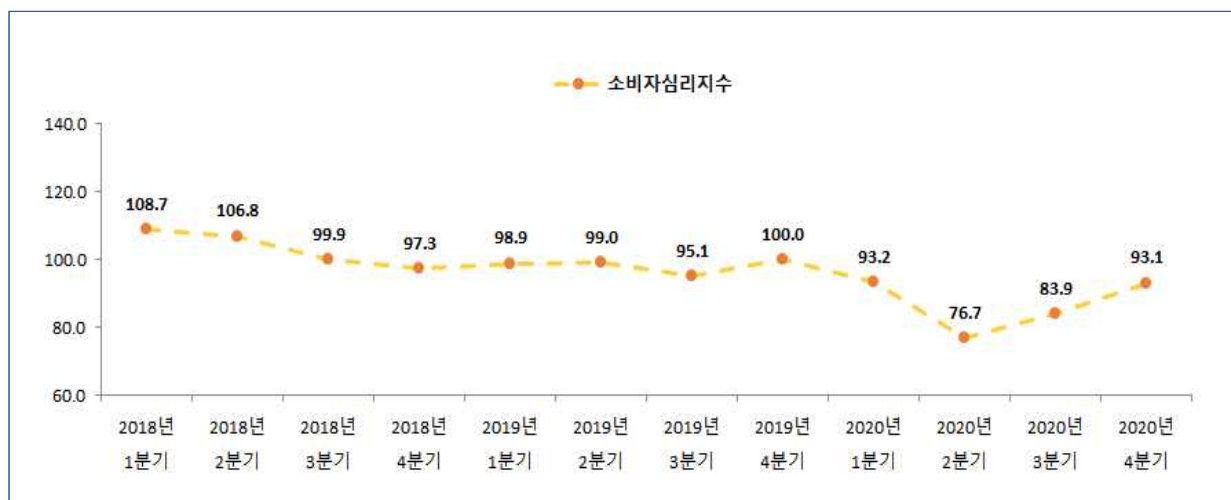


○ 소비심리의 위축을 객관적으로 살펴볼 수 있는 자료는 한국은행에서 발표한 소비자심리지수¹⁾가 있으며 이에 따르면 소비자심리지수는 코로나19의 영향으로 2020년의 평균적 지수가 2018 ~ 2019년 대비 낮아진 경향을 보임

- 세부적으로 소비심리지수를 살펴보면 2019년 100.00을 기록한 지수가 2020년 93.2로 낮아졌고, 2분기에는 76.7로 최근 3년 간 가장 낮은 지수를 기록하였음. 이후 3분기부터 소폭의 지수 상승이 있으나 연말특수 등을 고려한다면 예년 수준에 못 미치는 소비자심리지수를 기록하였음

○ 한국은행의 소비자심리지수 조사 결과를 바탕으로 판단해 볼 때, 2020년에는 코로나19로 인한 급격한 소비심리 위축이 결국 외식업체의 매출에 직접적인 타격을 주며 경기침체가 장기화 되었음

【그림 1-2】 소비자 심리지수 추이

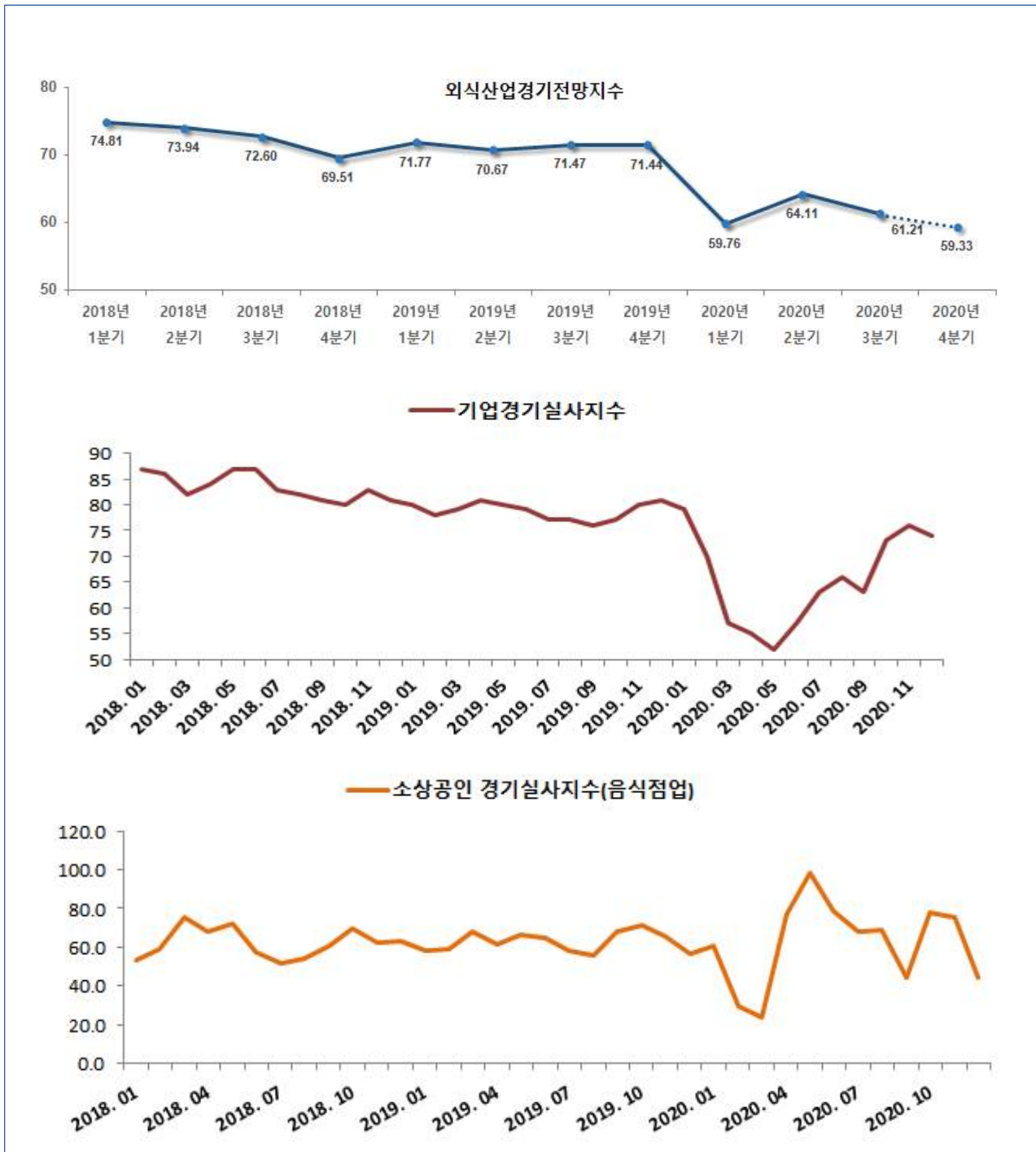


○ 외식산업경기전망지수를 다른 경기지수와 비교해 보면 지수의 증감이 비슷한 경향을 나타내고 있었으며, 이는 코로나19의 영향이 외식업 뿐만 아니라 전반적인 국내 기업경기에 부정적 영향을 미친 것을 시사함. 특히 기업경기실사지수와 외식산업경기전망지수가 비슷한 경향을 보였음

○ 기업경기실사지수를 살펴보면 2020년 2분기 지수가 급격히 하락하였고 1차 재난지원금 지급 이후 점진적인 경기 개선을 나타냈으나 역시 예년수준에 미치지 못하였음. 소상공인 경기실사지수를 살펴보면 비슷한 경향을 보이는데 역시 3분기 이후 재난지원금 효과가 지속되지 못하고 지속적인 소비심리 위축으로 인해 경기의 개선이 뚜렷하지 않았음

1) 소비자심리지수 : 한국은행에서 발표하는 소비자 심리지수는 현재생활형편, 가계수입전망, 소비지출전망 등 6개의 주요 개별 지수를 표준화하여 합성한 지수로서 전반적인 소비자심리를 종합적으로 판단하는데 유용함.

【그림 I-3】 외식산업경기전망지수/식재료 원가지수/고용지수 추이



2. 업종별 외식산업경기전망지수

- 2020년의 업종 별 외식산업경기지는 업종 전반적으로 매출감소업체의 비율이 매출증가업체 비율보다 높았고, 경기지수 역시 2018년과 2019년에 비해 전반적으로 낮게 나타나 **예년 수준의 경기를 보이지 못하고 있음**. 특히 **사회적 거리두기 조치의 영향을 가장 많이 받은 주점업의 경우 심각한 수준의 경기 하락을 나타냈고** 좀처럼 회복을 보이지 못하고 있음
 - 주점업 내에서도 **무도유흥주점업**은 특히 정부의 **강화된 사회적 거리두기 조치의 직접 대상이 되는 고위험 다중시설로서 영업 중단조치에 따른 매출감소**가 가장 심각한 것으로 나타났으며, 기타 다른 주점업종 역시 상대적으로 많은 타격을 받은 것으로 보임
 - **비알코올음료점업** 역시 정부의 **강화된 사회적 거리두기**의 영향을 가장 직접적으로 받은 업종으로서 특히 **카페는 감염 확산을 방지하기 위해 매장 내 취식금지가 직접적으로 적용된 업종임**. 이에 따라 비알코올음료점업의 지수는 **조사 이래 가장 낮은 수치를 보였음**. **코로나19 이전에는 업종 중 지수가 높은 편으로** 상대적으로 타 업종에 비해 경기 침체가 덜 했지만 **코로나19로 인한 조치 이후로 상황이 역전되며 타 업종에 비해 지수가 급격히 하락**하였고 이후 큰 회복세를 보이지 못하고 있음
- **기관구내식당업의 경우에는** 다른 업종과 마찬가지로 2018~2019년도에 비해 2020년의 지수가 하락하여 경기 침체 상황이라고 볼 수 있으나 2020년의 타 업종에 비해서는 지수가 높게 나타나 그 정도는 상대적으로 다른 업종에 비해 덜하다고 할 수 있음. 이러한 현상은 **코로나19의 영향으로 특히 오피스 상권 등에서 직장인의 취식패턴이 외부 식당 취식보다는 회사 내부 취식 등으로 그 수요가 옮겨갔기 때문인 것으로 판단됨**
- 업종 전체적으로 보면 거의 대부분 업종들이 평균 지수보다 낮은 경향을 보이고 있지만 **외국식음식점업과 기관구내식당업의 경우에는 업종 평균보다 지수가 높았음**. 특히 외국식음식점업은 **배달 위주의 영업 형태를 띠고 있는 중식음식점업의 포함으로** **코로나19로 변화한 소비자의 배달수요를 충족시켰기 때문에** 지수가 상대적으로 높았던 것으로 보이나 여전히 예년수준이 미치지 못하는 지수로 경기 상황이 호전되지는 못한 것으로 보임
 - 외국식음식점업 내에서도 **중식음식점업의 경우에는 상대적으로 다른 외국식음식점업보다는 지수가 높게 나타났으나 서양식, 기타외국식 등 기존에 지수가 높게 나타나는 경향을 보인 업종들은 2020년도 코로나19의 영향으로 인한 매출 타격이 심각한 상황인 것으로 나타남**

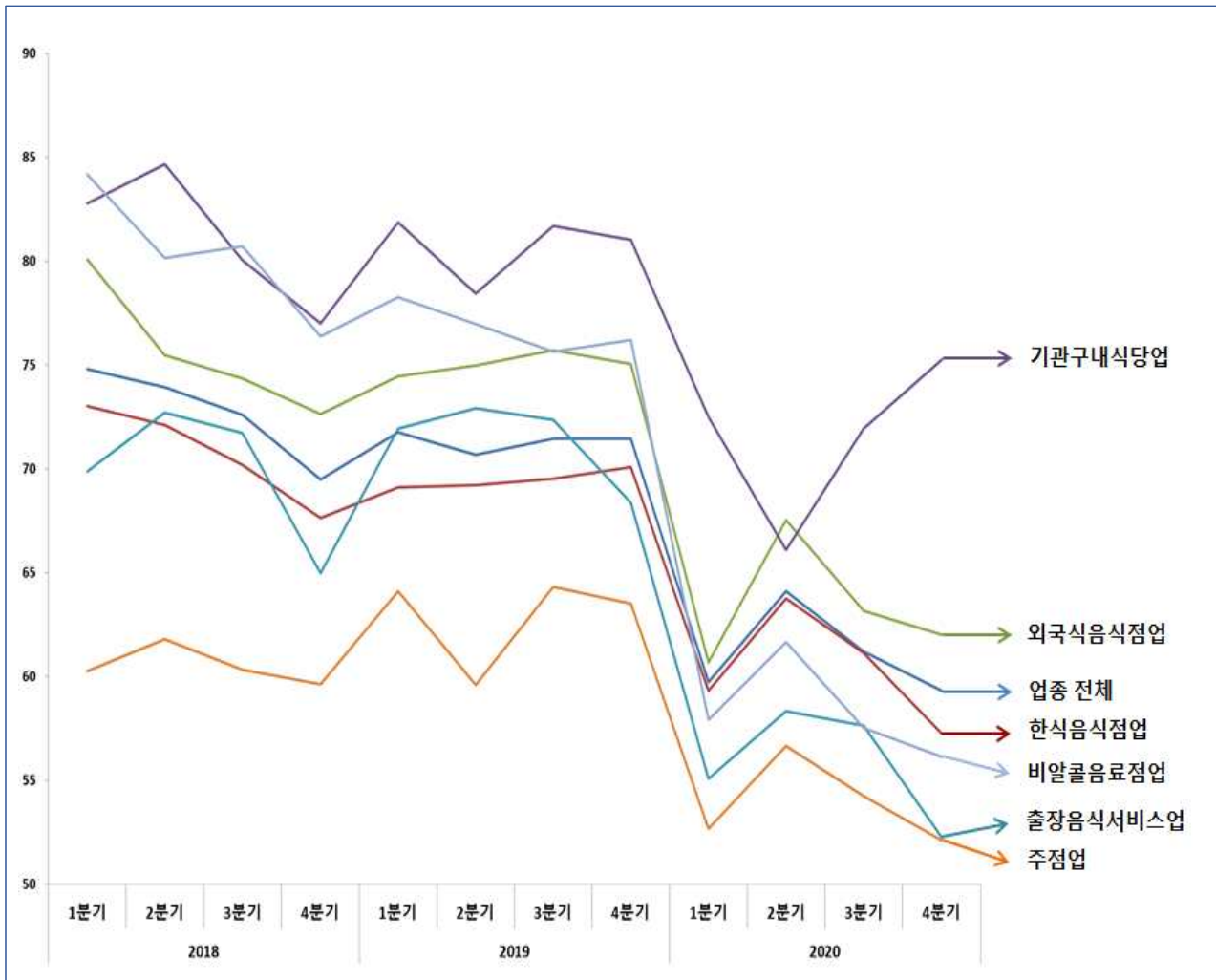
【표 1-3】 업종별 외식산업경기전망지수 분기별 추이(5점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
한식 음식점업	73.02	72.13	70.20	67.63	69.11	69.23	69.52	70.10	59.33	63.78	61.14	57.26	63.33
한식 일반 음식점업	74.10	72.45	70.52	69.60	69.08	68.11	69.97	70.95	58.96	60.21	59.41	55.49	63.21
한식 면요리 전문점	79.55	78.33	81.34	72.22	74.11	76.20	74.14	70.36	61.28	70.71	65.41	59.77	62.97
한식 육류요리 전문점	69.42	70.96	69.79	64.79	69.06	70.08	69.15	70.49	60.12	66.67	64.38	60.71	65.32
한식 해산물요리 전문점	71.26	69.29	63.04	60.84	64.77	64.64	64.75	67.05	57.43	64.44	57.87	56.47	61.29
외국식 음식점업	80.08	75.49	74.35	72.63	74.46	75.00	75.71	75.06	60.68	67.54	63.18	62.00	67.97
중식 음식점업	73.45	73.96	73.10	66.84	73.20	70.72	71.45	71.01	63.89	73.61	66.37	65.62	69.12
일식 음식점업	79.91	75.45	71.13	75.87	74.51	75.25	70.56	71.29	57.88	65.37	62.62	60.06	63.96
서양식 음식점업	82.93	78.80	79.61	80.38	76.47	79.37	83.49	82.14	62.37	66.43	62.08	61.13	67.65
기타 외국식 음식점업	96.93	75.50	75.64	73.37	74.17	77.08	82.59	80.00	55.26	57.35	59.23	56.67	72.22
기관구내 식당업	82.80	84.68	80.07	77.00	81.89	78.45	81.70	81.04	72.50	66.12	71.95	75.25	81.06
출장음식 서비스업	69.89	72.73	71.74	65.00	71.95	72.92	72.37	68.37	55.11	58.33	57.64	52.27	52.27
기타 간이 음식점업	76.17	77.19	76.09	72.07	74.07	72.74	74.06	73.64	64.43	68.25	64.67	63.71	70.73
제과점업	81.25	77.95	80.32	76.99	82.66	77.73	75.58	75.42	66.32	68.8	64.90	64.08	72.69
피자, 햄버거 샌드위치 및 유사 음식점업	80.22	78.94	83.84	79.34	77.13	76.85	81.64	83.87	71.98	78.57	69.83	71.82	76.59
치킨 전문점	73.58	79.90	70.79	63.42	70.19	69.73	71.03	69.86	68.79	67.53	68.17	66.91	72.83
김밥 및 기타 간이 음식점업	72.54	73.24	74.90	73.35	70.43	69.92	71.45	69.84	58.56	65.26	61.58	59.26	67.13
간이 음식 포장 판매 전문점	78.50	77.04	79.84	74.22	74.06	70.98	72.22	72.22	54.46	60.29	56.71	56.51	64.38
주점업	60.27	61.82	60.35	59.64	64.11	59.62	64.34	63.53	52.68	56.68	54.25	52.13	61.43
일반 유흥 주점업	60.21	61.46	59.02	59.56	61.31	56.69	63.07	63.58	52.17	51.94	53.64	51.04	59.38
무도 유흥 주점업	60.61	63.64	67.71	60.00	71.43	52.00	62.93	60.78	51.85	54.46	52.27	50.00	62.50
생맥주 전문점	-	-	-	-	66.27	67.58	67.76	65.19	53.12	57.59	53.73	52.03	60.14
기타 주점업	69.90	68.43	67.30	64.69	65.36	64.94	63.40	65.16	52.93	58.68	54.61	52.58	62.27
비알코올 음료점업	84.19	80.16	80.71	76.37	78.27	76.99	75.64	76.20	57.93	61.65	57.54	56.14	63.76
커피 전문점	-	-	-	-	82.64	82.05	81.47	81.51	58.72	63.90	58.52	57.37	65.18
기타 비알코올 음료점업	-	-	-	-	68.64	67.71	64.84	66.45	55.62	56.36	54.79	53.73	60.96

【표 1-4】 업종별 외식산업경기전망지수 분기별 추이(3점 척도)

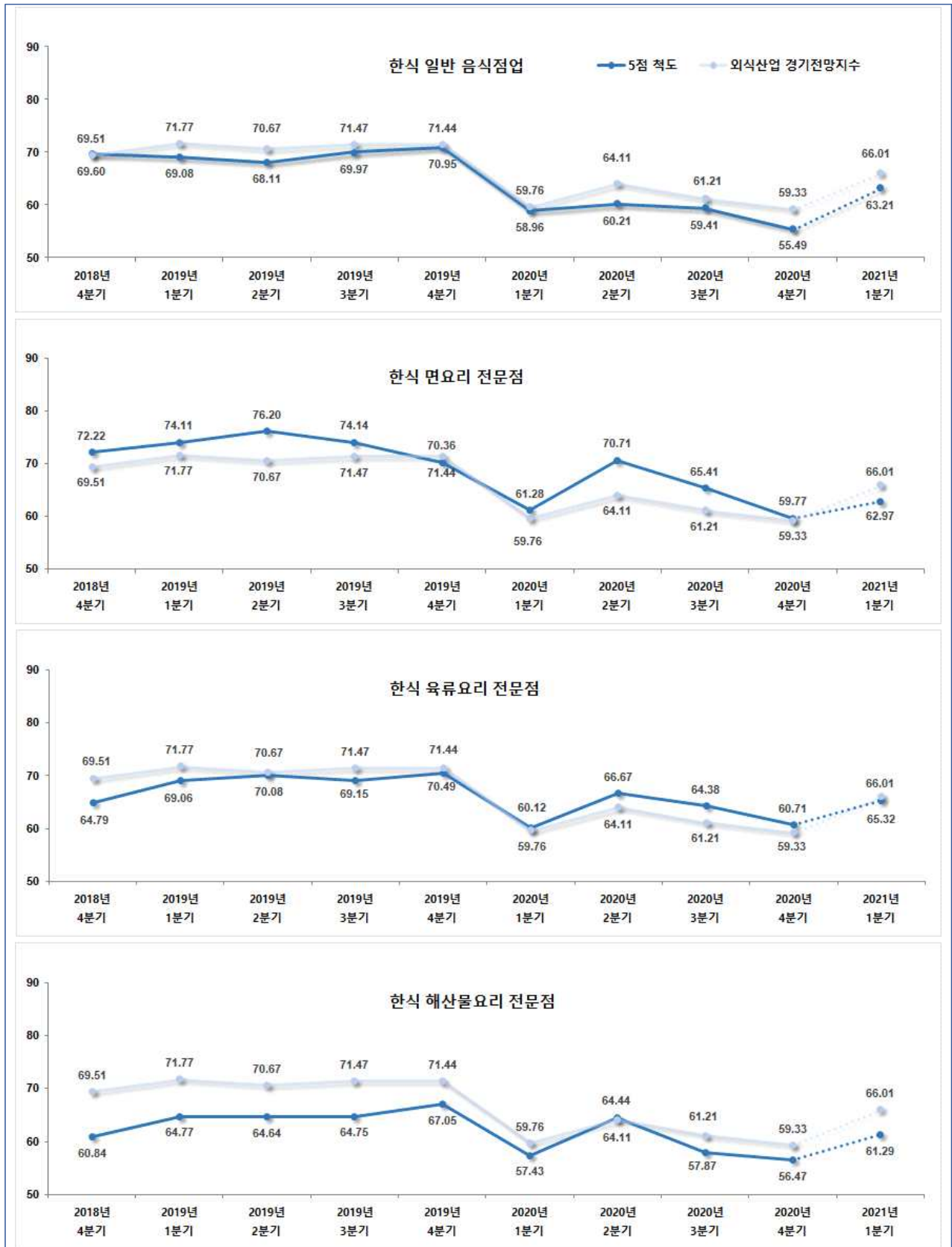
	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
한식 음식점업	68.09	67.68	65.39	62.60	64.31	63.66	64.63	65.58	54.05	58.11	54.64	54.03	57.61
한식 일반 음식점업	-	-	-	-	64.08	63.05	65.42	65.85	54.31	55.77	53.51	52.18	57.67
한식 면요리 전문점	-	-	-	-	69.03	72.35	68.09	64.59	54.51	66.04	56.02	57.14	56.77
한식 육류요리 전문점	-	-	-	-	65.18	64.54	63.69	65.97	53.51	57.61	56.25	56.39	58.65
한식 해산물요리 전문점	-	-	-	-	60.36	59.24	59.08	63.58	53.72	59.32	54.21	54.57	56.60
외국식 음식점업	-	-	-	-	70.28	70.78	70.47	68.55	54.32	61.61	56.82	57.82	60.48
중식 음식점업	67.89	67.50	68.52	60.87	66.96	66.93	66.98	65.08	55.90	67.01	57.55	60.29	60.29
일식 음식점업	74.63	76.61	66.63	67.49	76.16	73.25	66.75	63.08	52.70	58.26	55.34	55.19	56.49
서양식 음식점업	80.59	77.27	72.38	77.92	71.57	74.62	80.90	80.18	55.38	61.90	58.90	58.40	60.08
기타 외국식 음식점업	96.09	70.87	72.67	82.24	69.86	76.33	72.26	71.82	51.75	52.94	53.85	53.33	68.89
기관구내 식당업	77.64	80.13	75.64	73.94	77.62	72.33	77.87	73.25	65.62	61.21	70.12	72.73	76.26
출장음식 서비스업	62.97	65.79	61.08	54.41	60.49	63.65	60.67	63.61	54.55	56.94	52.78	52.27	52.27
기타 간이 음식점업	69.74	72.09	71.45	65.98	67.72	66.32	67.57	65.41	60.38	62.90	59.25	60.49	64.04
제과점업	73.34	71.46	75.63	70.07	76.27	71.96	67.95	66.57	61.57	63.18	57.69	59.24	64.71
피자, 햄버거 샌드위치 및 유사 음식점업	73.33	74.34	79.84	72.49	74.07	70.54	74.65	76.09	68.95	75.00	64.88	69.09	70.45
치킨 전문점	69.78	77.26	65.85	57.55	64.30	64.05	65.89	63.92	64.20	61.28	63.92	65.32	67.05
김밥 및 기타 간이 음식점업	66.19	66.91	69.52	67.91	63.83	64.20	66.48	61.67	54.14	59.47	55.50	54.63	59.26
간이 음식 포장 판매 전문점	-	-	-	-	72.49	66.93	64.40	65.93	51.79	55.88	51.83	55.48	60.27
주점업	63.11	62.46	60.69	59.73	60.35	58.07	59.98	60.04	50.75	53.69	52.19	51.16	58.33
일반 유흥 주점업	56.54	58.52	56.68	56.71	58.14	54.06	58.58	59.76	50.36	50.56	51.82	50.00	56.25
무도 유흥 주점업	53.62	54.58	64.48	58.32	75.68	50.00	56.16	55.05	50.00	51.79	50.00	50.00	56.25
생맥주 전문점	-	-	-	-	60.86	62.69	64.48	59.56	51.39	56.25	52.24	51.35	58.11
기타 주점업	-	-	-	-	60.85	59.47	60.22	60.31	50.87	54.57	52.35	51.52	59.09
비알코올 음료점업	82.07	77.34	79.02	72.49	74.55	75.35	74.17	72.66	54.57	57.59	53.63	53.55	58.58
커피 전문점	-	-	-	-	78.20	79.00	77.67	75.42	55.17	59.07	53.98	54.02	58.71
기타 비알코올 음료점업	-	-	-	-	62.27	63.06	62.40	63.37	52.81	54.09	52.66	52.63	58.33

【그림 1-4】 주요 업종별 외식산업경기전망지수 추이

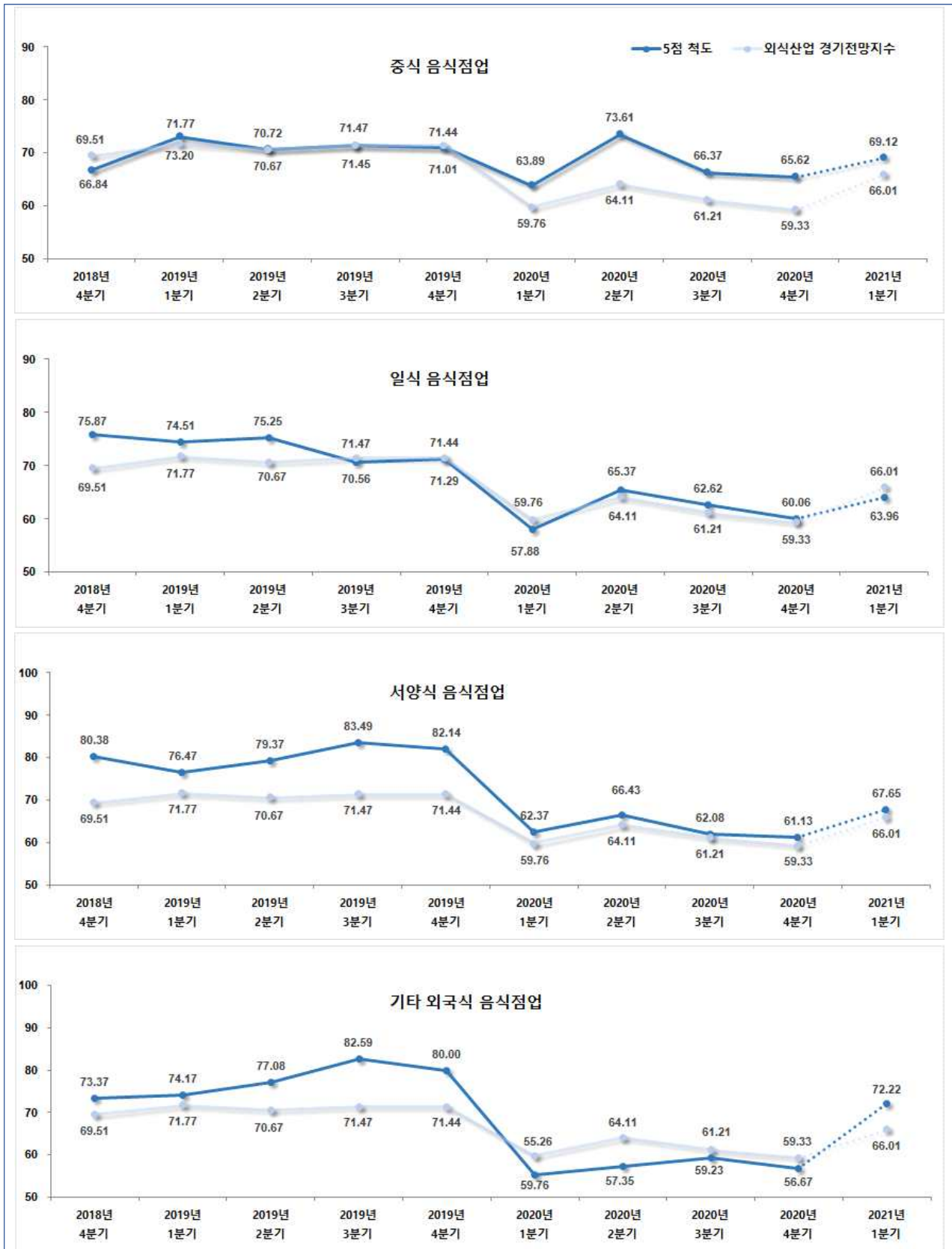


- 세부 업종별 경기지수를 살펴보면, 한식음식점업 중에서는 일반한식음식점업의 경기지수가 낮은 편이었고 외국식음식점업에서는 기타외국식 음식점업의 경기지수가 낮은 편이었음
- 기타 간이음식점업은 세부업종 전체적으로 예년 수준에 못 미치는 경기지수를 기록하였으나 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업과 치킨전문점 등 배달위주 업종은 경기지수가 상대적으로 높았음
- 주점업은 세부업종 전체적으로 경기 하락이 심화되었고 비알코올 음료점업 역시 경기 하락이 심화되어 두 업종의 코로나19 영향이 컸던 것으로 보임

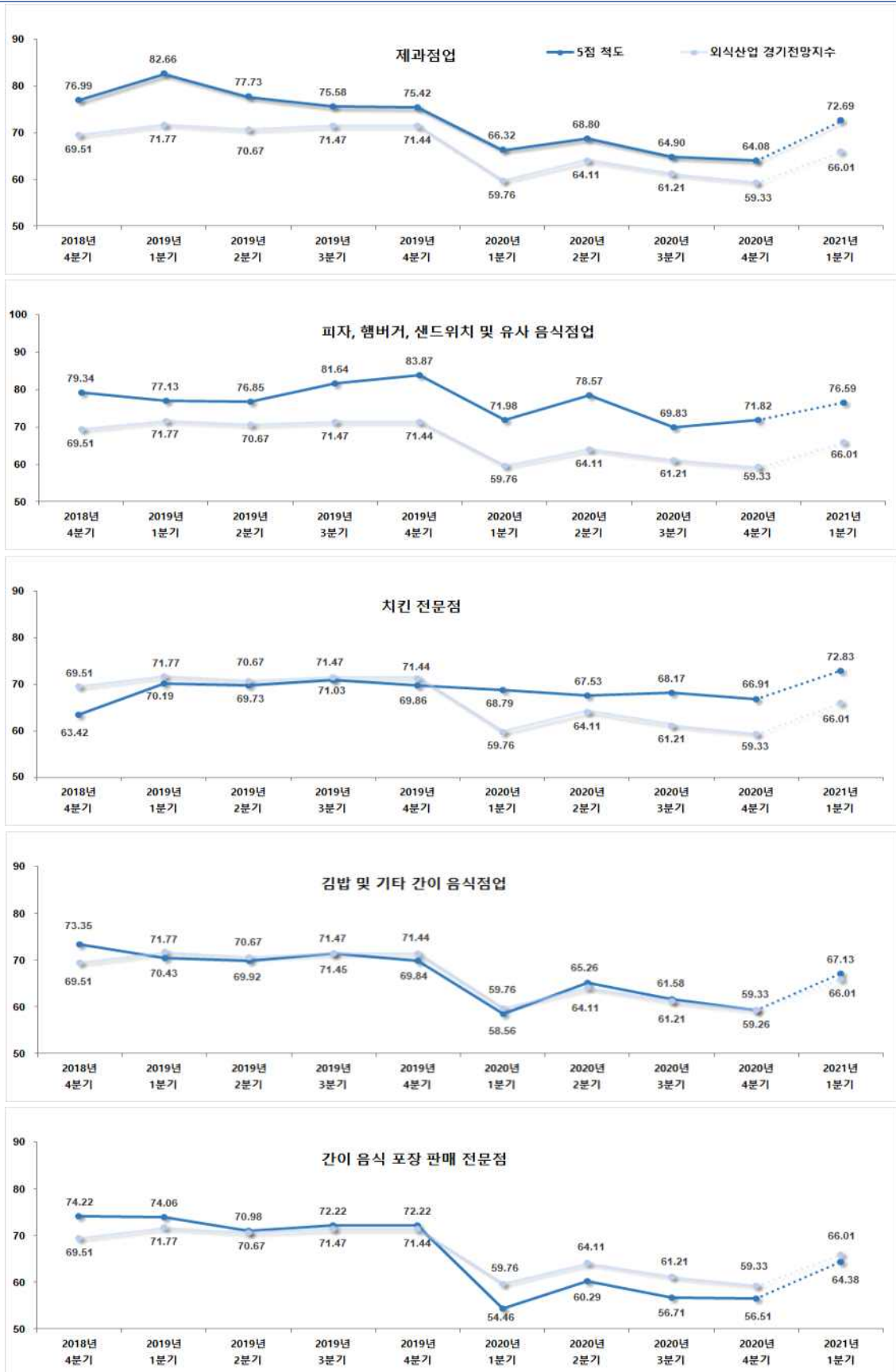
【그림 I-5】 한식 음식점업 경기전망지수 추이



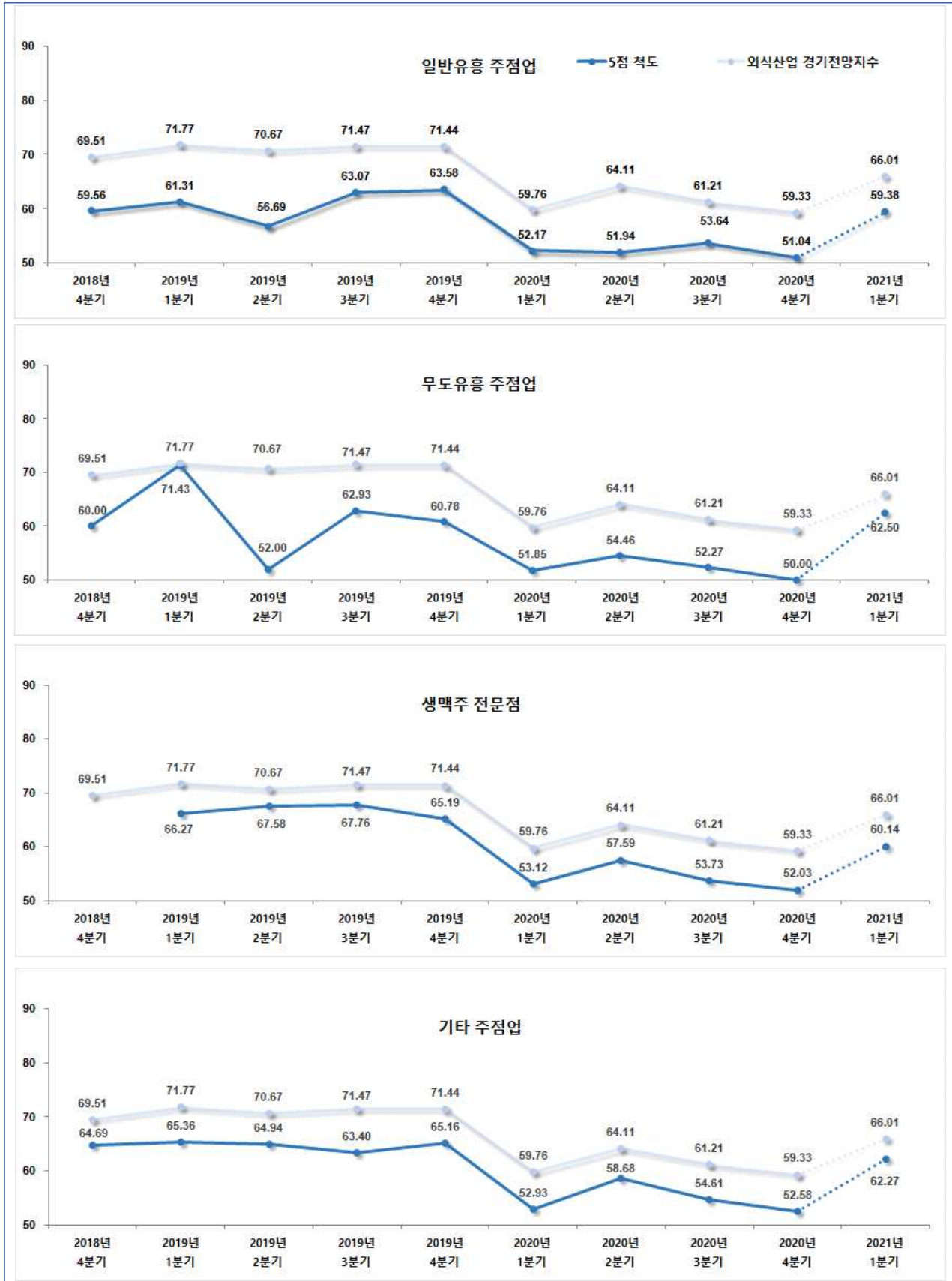
【그림 I-6】 외국식 음식점업 경기전망지수 추이



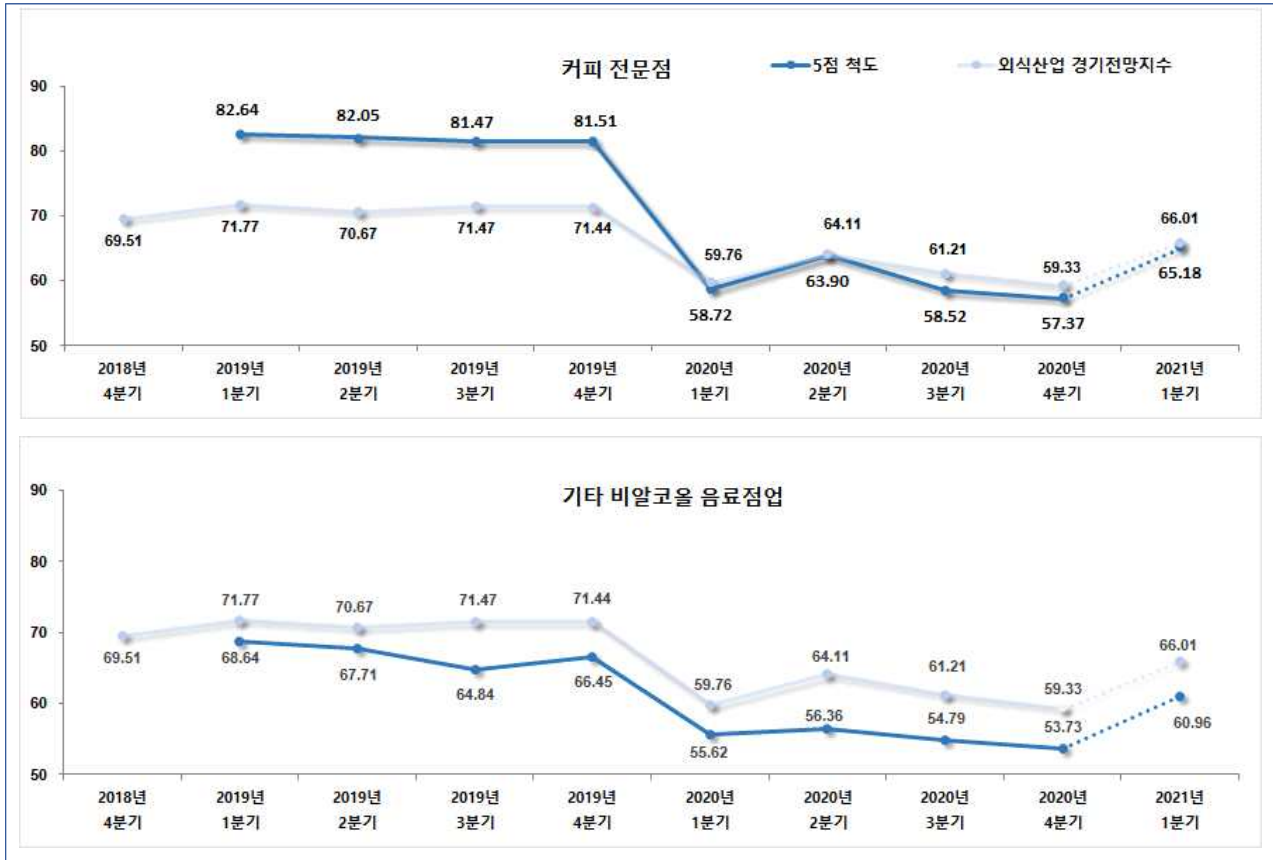
【그림 I-7】 기타 간이 음식점업 외식산업경기전망지수 추이



【그림 I-8】 주점업 외식산업경기전망지수 추이



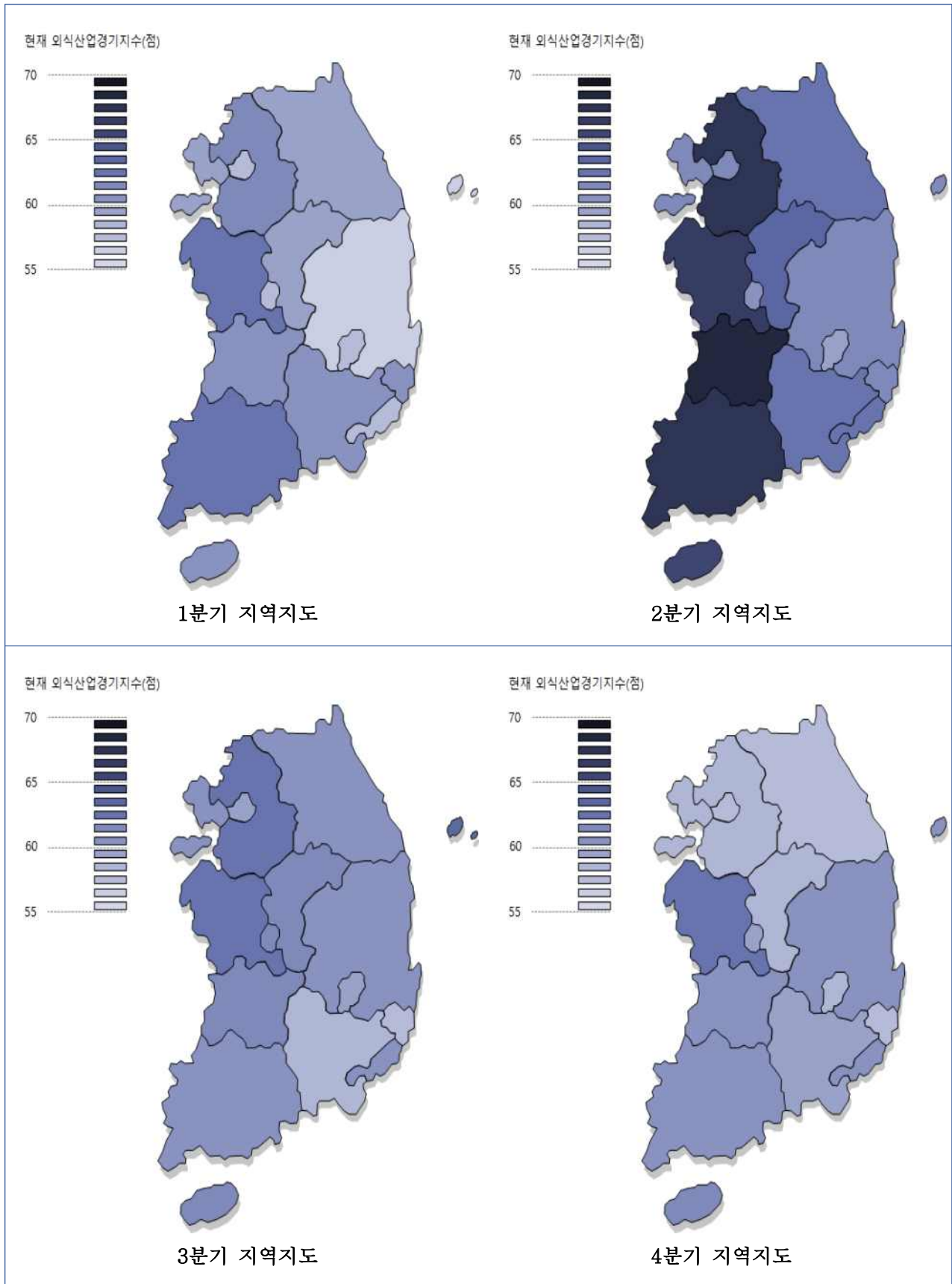
【그림 I-9】 비알코올 음료점업 외식산업경기전망지수 추이



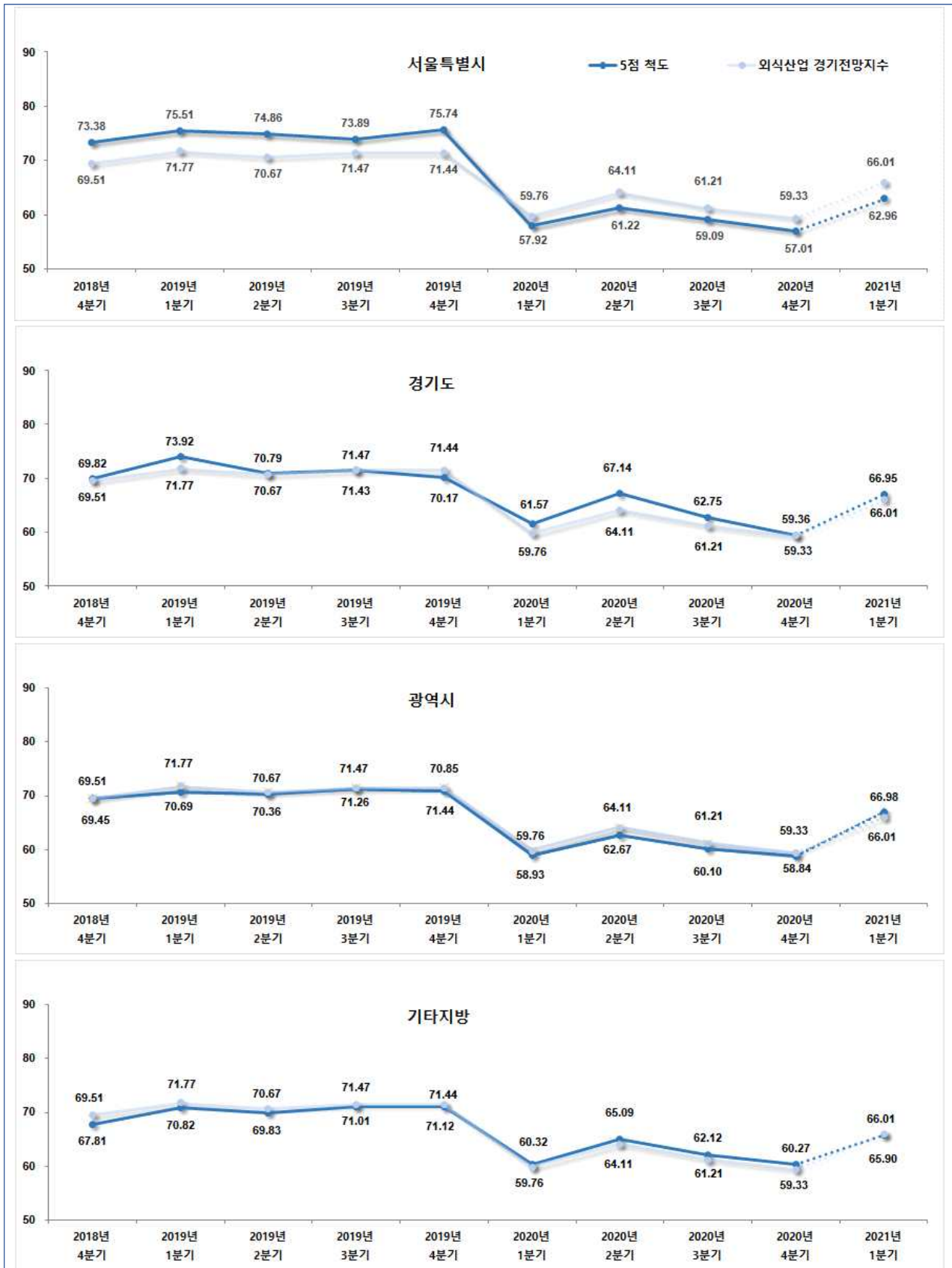
3. 지역별 외식산업경기전망지수

- 2020년 지역별 외식산업경기전망지수를 살펴보면 2분기의 일시적 경기 하락 둔화를 보였으나 전체적으로는 큰 폭의 경기회복은 보이지 못하였고, 특히 사회적 거리두기 강화의 우선적 시행 지역인 서울과 수도권의 경기 하락이 상대적으로 타 지역보다 컸던 것으로 판단됨
- 1분기에는 신천지 교회를 중심으로 한 확진자 수의 급격한 증가로 대구, 경북지역의 경기 하락세가 두드러졌으며 2분기에는 경기, 충남, 전북 등의 지역에서 경기 침체가 완화되는 듯 했으나 3분기에는 다시 지역 전반적 경기침체를 보였고 특히 3분기 이후에는 확진자 수의 급격한 증가로 사회적 거리두기 우선 시행 지역이었던 서울과 수도권의 경기가 장기적인 침체 상태인 것으로 보임
- 특히 서울 지역은 우리나라 경제 중심으로 민간소비가 활발하게 이루어졌던 2018~2019년에는 지역 중에서 상대적으로 지수가 높은 편이었으나 코로나19의 직접적 영향으로 2020년에는 지역 중에서 상대적으로 지수가 낮아 경기하락세가 두드러진 것으로 나타남

【그림 I-10】 2020년 지역별 외식산업경기전망지수 지도



【그림 I-11】 권역별 외식산업경기전망지수 추이



【표 I-5】 권역별 외식산업경기전망지수 추이 (5점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
서울	79.42	77.89	74.03	73.38	75.51	74.86	73.89	75.74	57.92	61.22	59.09	57.01	62.96
경기도	76.53	76.37	74.26	69.82	73.92	70.79	71.43	70.17	61.57	67.14	62.75	59.36	66.95
광역시	74.59	72.22	71.79	69.45	70.69	70.36	71.26	70.85	58.93	62.67	60.10	58.84	66.98
기타지방	73.22	73.44	71.73	67.81	70.82	69.83	71.01	71.12	60.32	65.09	62.12	60.27	65.90

【표 I-6】 권역별 외식산업경기전망지수 추이 (3점 척도)

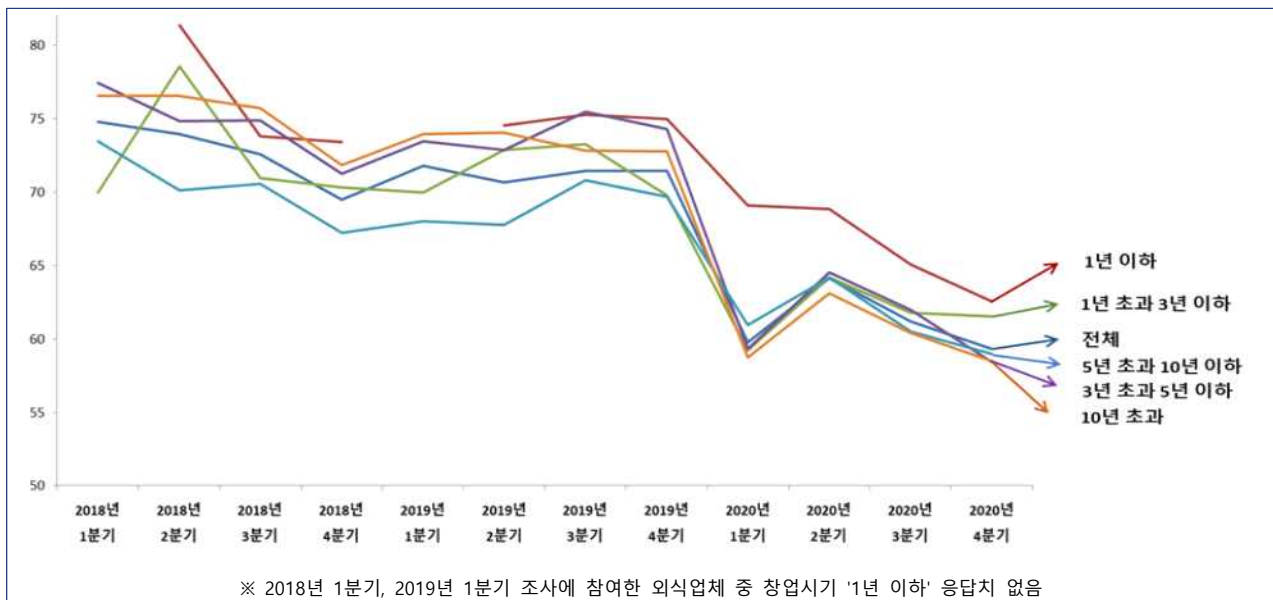
	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
서울	73.62	72.54	68.72	68.00	68.44	69.75	67.68	69.76	53.23	55.54	54.40	54.39	57.37
경기도	71.69	71.78	68.50	63.23	69.31	64.56	67.71	64.55	56.23	64.48	57.74	56.60	61.35
광역시	68.52	66.29	66.78	64.54	63.95	64.13	64.61	64.03	54.79	57.61	55.18	55.87	61.22
기타지방	66.79	67.51	66.59	62.64	64.29	63.75	65.19	65.45	56.12	59.66	56.57	57.01	59.96

- 권역별 외식산업경기전망지수를 살펴보면 역시 서울과 경기도 지역의 경기하락세가 두드러졌으며 광역시와 기타지방의 경우에는 1분기 대구 경북지역의 확진자 수 증가 추세로 인해 수도권보다 낮은 지수를 보였으나 3분기 이후에 지수가 약간씩 회복되었음. 그러나 여전히 지역 전체적으로는 경기 침체가 장기화되는 것으로 볼 수 있음
- 경제 중심지로서 민간소비가 집중되어 있는 서울지역의 외식경기 하락세가 두드러짐에 따라 향후 코로나19의 지속적 영향이 있을 경우 외식산업 전반의 경기침체 장기화가 우려되는 상황이며 이러한 경향이 타 지역으로 전이될 경우 상당히 심각한 매출타격이 있을 것으로 판단됨

4. 창업시기별 외식산업경기전망지수

- 창업시기별 외식산업경기전망지수 추이를 보면 운영 기간이 오래된 매장은 상대적으로 그렇지 않은 매장보다 경기지수가 낮게 나와 매출 타격을 더 많이 받은 것으로 보임
- 특히 10년 초과 매장들의 경기 하락폭이 상대적으로 더 크게 나타났는데 이러한 매장들은 상대적으로 단골 충성고객의 비중이 높음에도 불구하고 현재 코로나19의 영향으로 심각한 매출타격을 입은 것으로 판단됨

【그림 I-12】 창업시기별 외식산업경기전망지수 추이



【표 I-7】 창업시기별 외식산업경기전망지수 추이 (5점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
1년 이하	-	81.35	73.81	73.39	-	74.56	75.29	75.00	69.10	68.83	65.05	62.57	67.43
1년 초과 ~ 3년 이하	-	78.57	70.95	70.32	-	72.89	73.26	69.80	59.22	64.19	61.78	61.51	67.95
3년 초과 ~ 5년 이하	77.45	74.85	74.91	71.27	73.47	72.88	75.49	74.28	59.30	64.55	61.99	58.42	68.08
5년 초과 ~ 10년 이하	73.45	70.10	70.55	67.24	68.01	67.79	70.81	69.69	60.93	64.16	60.51	58.96	65.57
10년 초과	76.55	76.57	75.70	71.84	73.97	74.05	72.84	72.76	58.71	63.10	60.39	58.49	64.19

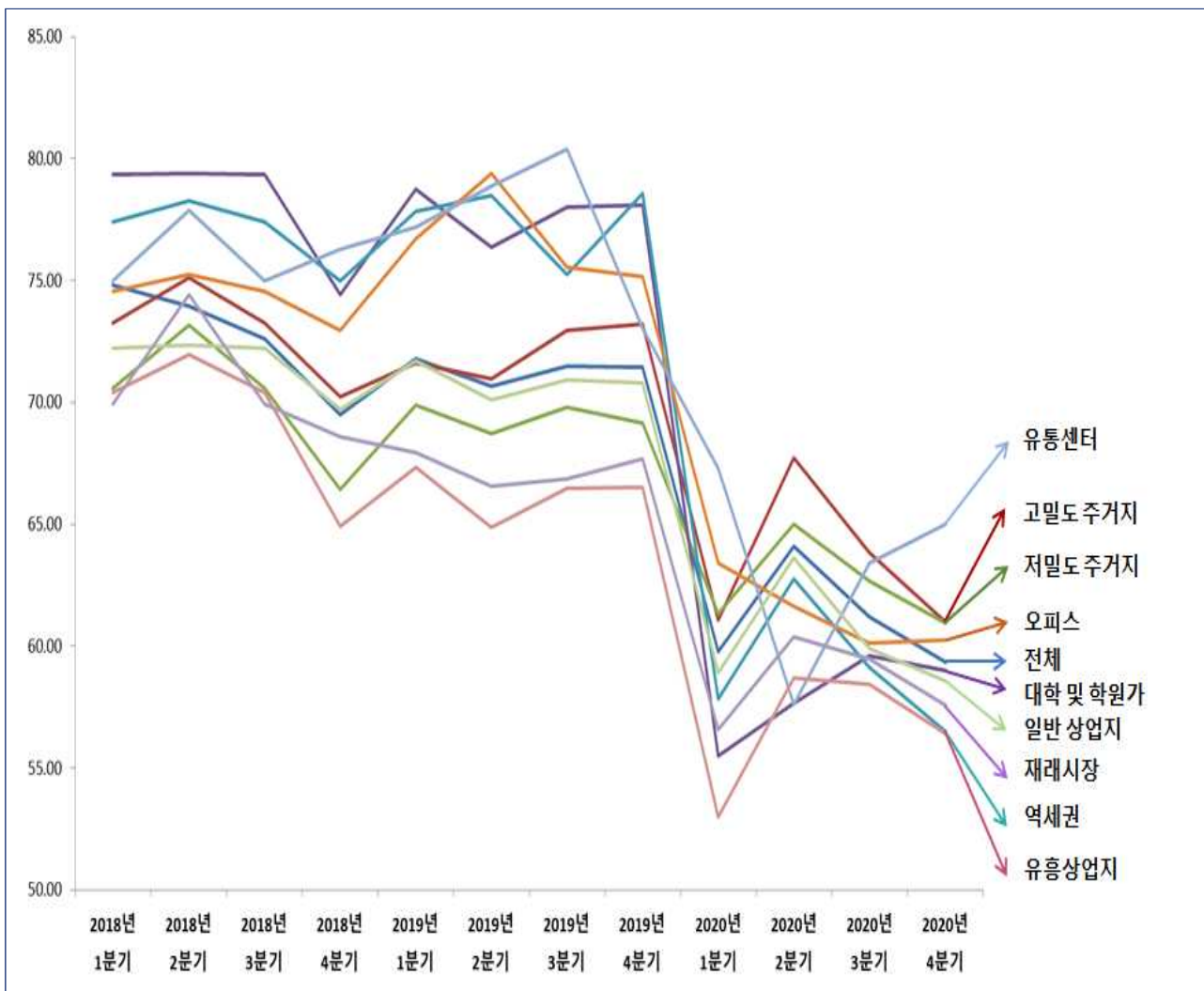
【표 I-8】 창업시기별 외식산업경기전망지수 추이 (3점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
1년 이하	-	79.63	72.62	69.95	-	73.35	71.51	69.35	63.89	65.82	60.70	61.43	64.00
1년 초과 ~ 3년 이하	-	69.68	69.87	66.90	68.21	66.59	70.79	70.16	54.90	59.14	56.75	58.72	61.97
3년 초과 ~ 5년 이하	-	72.55	70.74	67.14	67.76	69.15	67.14	69.32	54.47	59.67	55.61	55.38	62.05
5년 초과 ~ 10년 이하	-	67.88	66.91	63.29	66.20	64.83	66.52	64.20	56.70	58.77	56.10	55.97	60.04
10년 초과	-	67.05	64.48	61.22	63.15	60.95	61.52	62.28	54.48	58.09	54.95	54.99	57.96

5. 상권별 외식산업경기전망지수

- 상권별 외식산업경기지수를 살펴보면, 상권 전반적인 경기 침체가 이어지는 가운데 **고밀도 주거지**와 **저밀도 주거지** 등은 상권 전체 평균지수보다 높게 나와 상대적으로 경기 침체의 정도가 덜했으며 이는 **코로나19**로 인한 식당취식 제한으로 주로 집에서 취식하는 수요가 늘어남에 따라 주거지 인근 매장의 매출 타격이 덜하였던 것으로 보임
- 일반상업지, 재래시장, 역세권, 유흥상업지 등 유동인구가 많은 곳에 위치한 상권들은 상대적으로 타 상권보다 심각한 매출 타격을 입은 것으로 보이며 특히 **코로나19**의 직접적 영향권에 있는 **유흥상업지**의 경우 경기 침체가 심각한 것으로 나타남

【그림 I-13】 상권별 외식산업경기전망지수 추이



【표 I-9】 상권별 외식산업경기전망지수 추이 (5점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
고밀도 주거지	73.24	75.10	73.24	70.21	71.60	70.98	72.95	73.22	61.09	67.74	63.85	61.00	68.07
저밀도 주거지	70.56	73.18	70.56	66.41	69.89	68.72	69.81	69.16	61.34	65.02	62.67	60.95	67.18
대학 및 학원가	79.34	79.38	79.34	74.42	78.75	76.36	78.01	78.08	55.48	57.66	59.58	59.01	66.91
역세권	77.40	78.26	77.40	75.00	77.83	78.48	75.22	78.57	57.84	62.76	59.13	56.49	65.35
오피스	74.53	75.23	74.53	72.94	76.73	79.38	75.53	75.14	63.41	61.64	60.14	60.23	68.18
유통센터	75.00	77.88	75.00	76.28	77.19	78.85	80.39	73.04	67.31	57.61	63.39	65.00	73.00
유흥상업지	70.40	71.94	70.40	64.93	67.34	64.86	66.47	66.51	53.01	58.71	58.43	56.42	68.92
일반상업지	72.22	72.36	72.22	69.72	71.68	70.08	70.90	70.81	58.90	63.62	59.91	58.57	64.41
재래시장	69.94	74.43	69.94	68.57	67.93	66.54	66.88	67.70	56.57	60.38	59.46	57.59	64.68

【표 I-10】 상권별 외식산업경기전망지수 추이 (3점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
고밀도 주거지	70.03	70.16	67.78	64.91	65.23	66.3	67.16	67.89	57.17	62.50	58.65	57.43	63.14
저밀도 주거지	69.53	68.02	66.28	61.87	64.54	61.44	63.88	62.75	56.26	59.86	56.24	57.32	59.99
대학 및 학원가	75.82	72.07	74.15	65.68	74.23	74.14	72.81	72.82	53.07	52.70	53.75	55.51	62.13
역세권	73.93	74.40	73.81	69.26	70.75	74.87	67.30	70.43	52.29	59.21	55.13	55.38	58.86
오피스	75.11	70.52	69.27	68.03	70.61	72.50	70.76	67.96	59.15	56.85	57.43	56.82	64.77
유통센터	81.75	82.51	71.06	72.70	72.43	76.39	77.70	65.83	61.54	54.35	58.93	60.00	64.00
유흥상업지	68.41	69.07	59.89	57.72	60.58	63.89	60.58	58.69	50.00	53.79	54.07	56.08	64.19
일반상업지	67.42	66.95	66.89	64.52	65.75	63.35	65.62	65.42	54.39	58.42	55.27	55.34	59.07
재래시장	64.10	70.87	65.08	61.13	61.64	62.50	60.82	60.61	53.53	55.85	54.59	56.31	59.39

6. 업체 규모별 외식산업경기전망지수

- 2020년의 업체 규모 별 외식경기를 살펴보면 좌석 수 기준 중형 매장의 경기지수가 상대적으로 낮게 나타났고, 매출액 규모 기준 소형 매장의 경기지수가 상대적으로 낮았으며, 가격대 기준으로 고가 매장의 경기지수가 상대적으로 낮았음
- 주로 대형 매장의 경기지수 보다는 중, 소형 매장의 경기지수가 낮게 나타나는 경향이 있었으나 분기를 거듭할수록 규모 별 전반적인 경기 하락이 두드러져 2020년 코로나19로 인한 민간소비 위축은 규모에 상관없이 외식산업 전반에 부정적 영향을 미친 것으로 보임

【표 I-11】 업체 규모별 외식산업경기전망지수 추이 (5점 척도)

		2018				2019				2020				2021
		1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수		74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
좌석	대형	79.70	77.15	75.21	72.68	75.85	73.51	73.73	75.33	60.36	64.12	60.41	59.49	65.79
	중형	73.03	72.42	72.14	67.82	70.81	70.71	71.44	69.60	58.28	63.36	60.11	58.97	65.98
	소형	70.44	71.70	68.93	67.70	68.29	66.86	68.39	69.51	61.59	65.57	64.01	59.85	66.26
매출액	대형	81.13	78.71	77.54	74.47	78.86	77.37	78.54	77.38	62.08	66.51	64.05	61.22	67.86
	중형	74.39	75.66	72.67	68.74	70.97	69.32	70.88	70.93	60.35	62.05	62.02	57.97	64.32
	소형	67.41	68.16	66.97	62.81	66.69	66.61	65.87	65.84	56.35	59.23	56.87	55.90	63.08
가격대	고가	72.96	73.08	69.33	66.77	69.60	66.97	68.69	70.24	59.73	63.76	62.09	60.65	66.77
	중가	75.47	73.54	73.17	69.51	71.35	71.36	72.27	71.47	60.04	64.98	61.44	58.59	65.20
	저가	75.26	76.10	75.04	72.95	75.00	73.96	73.48	73.24	59.06	62.38	59.43	59.84	67.34

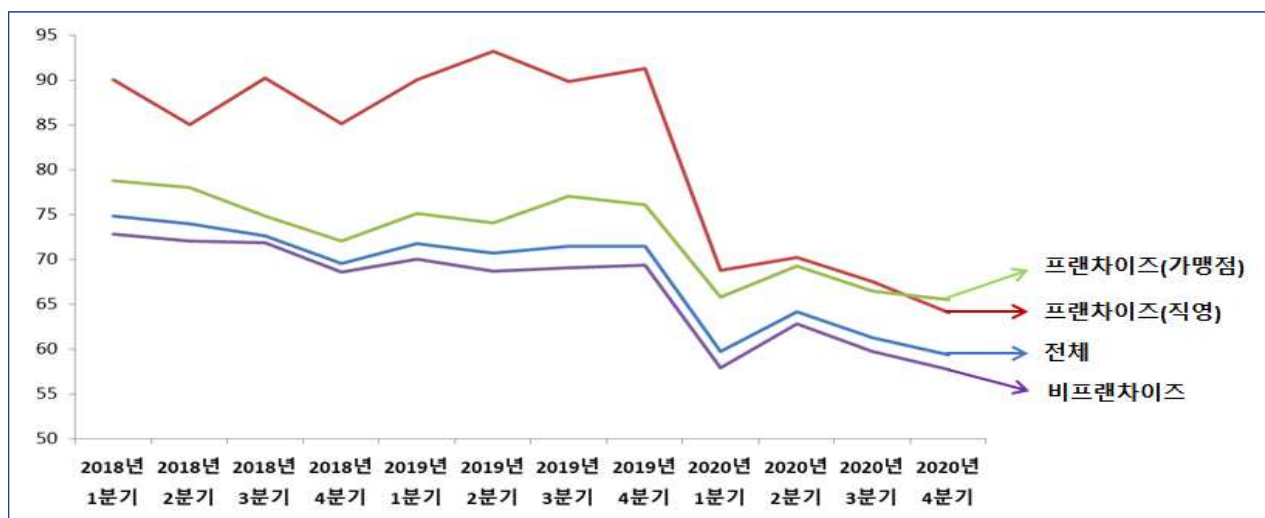
【표 I-12】 업체 규모별 외식산업경기전망지수 추이 (3점 척도)

		2018				2019				2020				2021
		1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수		69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
좌석	대형	74.36	72.23	70.17	67.17	69.88	66.28	68.01	69.43	56.16	58.90	55.10	56.64	60.55
	중형	66.89	67.45	66.71	62.48	64.88	65.47	65.83	63.21	53.48	58.30	54.81	55.60	59.71
	소형	65.28	65.95	63.00	62.19	62.75	62.23	62.95	64.58	57.83	61.05	59.13	57.25	60.78
매출액	대형	75.37	73.16	72.63	68.55	72.38	71.72	73.08	71.99	56.82	61.26	58.00	57.89	61.94
	중형	68.4	71.88	66.49	63.08	64.37	62.97	65.84	65.46	55.69	57.25	56.13	54.89	58.33
	소형	62.97	62.81	62.17	58.62	62.33	61.76	60.30	59.60	53.32	54.71	53.34	53.74	57.81
가격대	고가	66.44	70.04	64.21	62.63	64.78	62.77	63.34	65.86	56.16	59.00	57.49	58.65	61.53
	중가	70.14	68.04	67.72	63.64	65.26	64.53	66.53	64.92	54.90	59.53	55.65	54.94	59.14
	저가	71.51	70.81	71.35	68.59	69.86	70.39	68.68	68.08	55.60	58.15	55.13	57.30	61.56

7. 운영형태별 외식산업경기전망지수

- 운영형태별 2020년 외식경기를 살펴보면 운영형태 전반적으로 2020년의 경기가 예년 수준에 미치지 못하고 있었고, 상대적으로 **비프랜차이즈**의 경기가 가장 저조한 것으로 나타났으며 **프랜차이즈 직영점**의 경우에는 운영형태 중에서는 상대적으로 경기지수가 높았으나 **연말에는 운영형태 전반적으로 매출이 부진했던 것으로 보임**
- 특히 2020년에는 2018~19년과 달리 프랜차이즈 가맹점과 나머지 운영형태 간 경기지수 간극이 줄어들어 코로나19의 영향은 운영형태에 관계없이 모든 매장의 매출 타격에 영향을 준 것으로 보임

【그림 I-14】 운영형태별 외식산업경기전망지수 추이



【표 I-13】 운영형태별 외식산업경기전망지수 추이 (5점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
프랜차이즈(직영)	90.05	85.05	90.18	85.08	90.00	93.21	89.79	91.22	68.75	70.19	67.52	64.05	71.69
프랜차이즈(가맹점)	78.79	78.00	74.79	72.01	75.07	74.07	77.05	76.02	65.78	69.26	66.43	65.46	71.10
비프랜차이즈	72.77	72.07	71.79	68.52	70.02	68.62	69.09	69.35	57.93	62.76	59.74	57.66	64.52

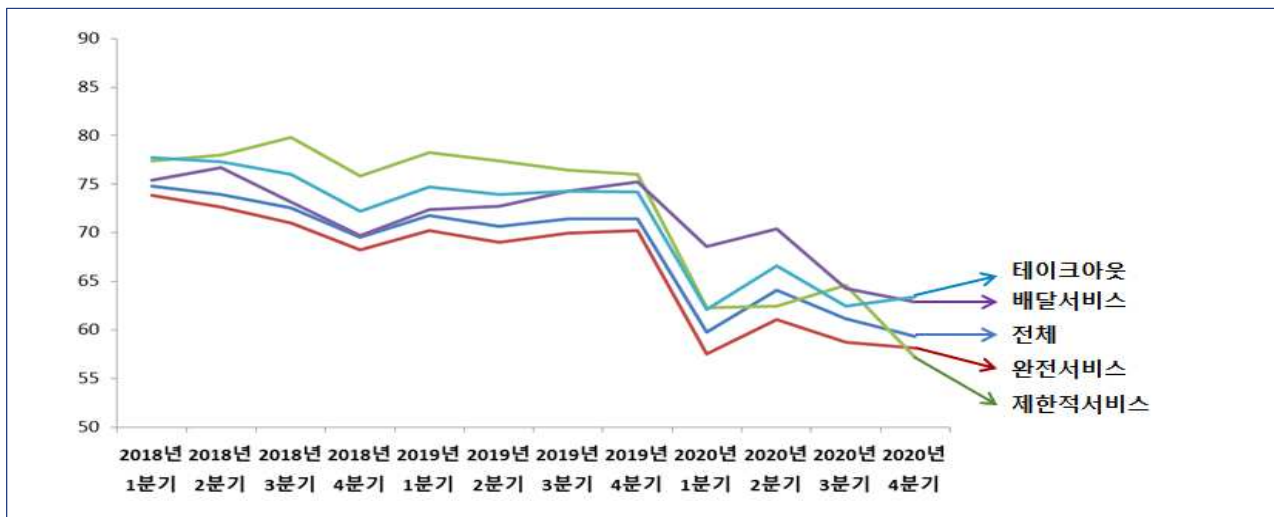
【표 I-14】 운영형태별 외식산업경기전망지수 추이 (3점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
프랜차이즈(직영)	84.85	84.14	88.14	84.53	83.85	91.01	90.60	88.26	65.62	64.90	63.08	60.33	64.46
프랜차이즈(가맹점)	73.05	73.72	69.68	66.52	69.08	68.48	70.96	68.57	60.73	63.96	60.96	62.29	64.50
비프랜차이즈	67.81	67.10	66.63	63.28	64.60	63.23	63.85	64.21	53.65	57.82	54.58	54.69	58.98

8. 서비스 형태별 외식산업경기전망지수

- 서비스 형태별 2020년 외식경기를 살펴보면 전반적으로 테이크아웃 및 배달서비스 매장은 다른 서비스 형태보다 지수가 높게 나와 코로나19 국면의 소비자 수요 변화가 반영된 것으로 보임
- 특히 배달서비스의 경우 2018~2019년에는 서비스 형태 중 3~4번째로 지수가 높았으나 2020년 코로나19 영향 이후에는 배달 수요 증가가 반영되어 서비스 형태 중 지수가 가장 높았음

【그림 I-15】 서비스 형태별 외식산업경기전망지수 추이



【표 I-15】 서비스 형태별 외식산업경기전망지수 추이 (5점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
완전서비스	73.88	72.69	71.02	68.29	70.22	69.07	69.95	70.20	57.52	61.05	58.71	58.15	65.43
제한적 서비스	77.39	77.99	79.85	75.85	78.23	77.43	76.49	75.99	62.31	62.50	64.61	57.22	65.01
배달 서비스	75.38	76.74	73.20	69.70	72.40	72.77	74.33	75.27	68.63	70.42	64.30	62.92	69.00
테이크 아웃	77.78	77.34	76.06	72.21	74.74	73.97	74.27	74.23	62.15	66.61	62.47	63.43	67.13

【표 I-16】 서비스 형태별 외식산업경기전망지수 추이 (3점 척도)

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업경기전망지수	69.45	68.98	67.41	64.20	65.97	65.08	66.01	65.68	55.38	59.10	56.02	56.30	60.20
완전서비스	68.71	67.99	65.93	63.08	64.46	63.77	64.72	64.74	53.12	56.20	53.53	55.41	60.31
제한적 서비스	72.40	73.77	75.93	71.47	74.25	72.25	71.79	70.22	58.56	56.75	60.67	54.65	59.47
배달 서비스	69.33	71.28	68.23	64.30	65.96	67.46	68.82	70.30	63.43	65.45	59.05	59.88	62.61
테이크 아웃	72.12	72.67	71.14	65.93	67.98	67.66	68.88	68.09	58.30	61.50	57.20	58.85	59.16

※ 각 업체의 매출액 비중(%)이 과반 수 이상을 차지하는 형태를 해당 서비스형태로 정의

II . 코로나19 외식업체 영향 분석

1. 조사 설계

가. 조사 목적

- 2020년 초 확산된 코로나 바이러스(COVID-19)로 인한 소비위축이 외식업에 미치는 영향을 지난 1분기에 분석한 바 있으며, 코로나 팬데믹이 지속됨에 따라 3분기에도 추가조사를 실시하여 1, 3분기 비교를 통한 동향변화를 파악하고자 함
- 외식업체에 직접적으로 미치는 영향은 매출액 변동과 인력 변동으로 분석하고, 코로나 여파에 따른 외식업체의 대응방안과 정부 지원 사업에 대한 신청현황 및 애로사항을 분석하여 정책적 근거를 제공하고자 함

나. 조사 항목

- 2020년 기획조사에서 코로나 여파를 분석하기 위해 측정한 측정항목은 아래와 같음

[표 II-1] 2020년 코로나 영향 조사 항목

구분	내용
매출액(방문 외식/배달 외식/포장 외식) 변동	- 방문 외식 매출액 증감율 - 배달 외식 매출액 증감율 - 포장 외식 매출액 증감율
종업원 수 변동	- 정직원 증가/유지/감소 현황 - 아르바이트 직원 증가/유지/감소 현황
업체 자체 대응방안	- 휴업 - 영업단축 - 종업원 휴직 - 아르바이트 휴직 - 배달 외식 및 포장 서비스 신규 실시 - 별도 대응없음
정부 지원사업	- 저금리대출 - 재난지원금 - 고용유지지원금 - 세제혜택 - 4대 보험료 감면 - 기타
정부 지원사업 애로사항	- 지원정보 제공 부족 - 지원절차 복잡성 - 지원 적시성 부족 - 지원규모 실효성 부족

2. 응답자 특성

[표 II-2] 2020년 1분기 응답자 현황

세분류	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기
한식 일반음식점업	46	27	26	25	20	20	15	7	54
한식 면요리 전문점	15	9	8	7	4	7	6	0	14
한식 육류요리 전문점	23	16	13	13	11	12	11	0	28
한식 해산물요리 전문점	11	14	8	9	5	4	7	0	17
중식 음식점업	15	10	8	8	5	7	7	0	17
일식 음식점업	22	8	6	6	4	6	4	0	14
서양식 음식점업	14	6	6	5	4	5	2	2	12
기타 외국식 음식점업	11	4	3	3	1	3	3	0	9
기관 구내식당업	9	6	4	6	4	3	4	2	10
출장 음식 서비스업	4	2	4	3	2	3	2	0	6
제과점업	14	7	8	7	6	6	5	3	15
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	13	10	7	8	6	6	5	3	15
치킨 음식점업	17	13	9	10	8	7	7	3	21
김밥 및 기타 간이 음식점업	23	13	12	12	9	7	9	1	21
간이음식 포장판매 전문점	10	6	4	5	2	3	4	1	10
일반 유흥주점업	14	13	9	8	5	3	10	1	14
무도 유흥주점업	2	1	3	0	2	0	1	0	5
생맥주 전문점	10	5	4	5	4	2	4	1	11
기타 주점업	27	18	15	14	10	12	7	4	25
커피 전문점	31	16	16	15	12	16	10	4	30
기타 비알코올 음료점업	10	6	3	5	4	3	3	2	13
총합	341	210	176	174	128	135	126	34	361

세분류	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	총합
한식 일반음식점업	28	21	27	27	27	30	33	19	452
한식 면요리 전문점	9	8	10	6	6	9	10	5	133
한식 육류요리 전문점	14	13	18	12	13	17	19	9	242
한식 해산물요리 전문점	10	6	11	8	9	11	12	6	148
중식 음식점업	9	7	11	8	7	10	10	5	144
일식 음식점업	4	4	8	4	4	6	7	4	111
서양식 음식점업	5	4	5	4	3	5	6	5	93
기타 외국식 음식점업	3	3	3	1	2	3	3	2	57
기관 구내식당업	2	5	6	1	3	5	8	2	80
출장 음식 서비스업	3	3	3	1	2	2	2	2	44
제과점업	6	6	7	6	6	6	8	5	121
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	6	6	8	6	6	7	8	4	124
치킨 음식점업	7	10	12	8	8	12	12	5	169
김밥 및 기타 간이 음식점업	7	9	12	8	9	12	14	3	181
간이음식 포장판매 전문점	7	4	5	5	3	6	5	4	84
일반 유흥주점업	5	4	5	5	9	10	17	6	138
무도 유흥주점업	3	1	1	3	1	1	2	1	27
생맥주 전문점	3	5	4	3	2	3	5	1	72
기타 주점업	11	11	10	11	15	16	16	8	230
커피 전문점	16	15	12	11	14	17	17	9	261
기타 비알코올 음료점업	4	3	3	6	4	7	7	6	89
총합	162	148	181	144	153	195	221	111	3,000

[표 II-3] 2020년 3분기 응답자 현황

세분류	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기
한식 일반음식점업	40	25	21	21	18	17	15	6	46
한식 면요리 전문점	15	9	8	7	4	7	6	0	15
한식 육류요리 전문점	23	16	13	12	11	11	11	0	29
한식 해산물요리 전문점	14	13	8	9	6	6	7	0	16
중식 음식점업	14	10	8	8	5	6	6	0	17
일식 음식점업	18	8	6	6	4	5	4	0	14
서양식 음식점업	16	7	6	5	4	5	4	2	12
기타 외국식 음식점업	10	4	3	4	2	3	2	1	9
기관 구내식당업	9	7	6	7	4	4	4	2	12
출장 음식 서비스업	5	2	4	3	2	3	2	0	6
제과점업	14	8	8	7	6	6	5	3	16
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	14	8	7	8	6	6	5	3	16
치킨 음식점업	16	13	10	10	8	8	8	3	21
김밥 및 기타 간이 음식점업	24	14	11	13	8	9	8	1	22
간이음식 포장판매 전문점	10	5	5	5	3	3	3	1	8
일반 유흥주점업	14	13	9	8	5	5	8	1	16
무도 유흥주점업	3	1	3	0	1	0	1	0	5
생맥주 전문점	11	6	4	5	4	3	3	1	12
기타 주점업	27	19	16	15	12	11	10	4	28
커피 전문점	32	15	14	14	11	12	9	4	29
기타 비알코올 음료점업	12	7	6	7	4	5	5	2	12
총합	341	210	176	174	128	135	126	34	361

세분류	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	총합
한식 일반음식점업	23	21	25	22	24	27	28	14	393
한식 면요리 전문점	9	7	10	6	5	9	10	5	132
한식 육류요리 전문점	14	13	17	12	13	17	19	9	240
한식 해산물요리 전문점	11	6	11	8	10	12	14	6	157
중식 음식점업	8	7	11	7	7	10	10	5	139
일식 음식점업	4	4	7	4	4	5	6	4	103
서양식 음식점업	5	4	5	5	4	6	7	5	102
기타 외국식 음식점업	2	3	3	2	2	3	4	2	59
기관 구내식당업	4	5	6	4	4	6	8	2	94
출장 음식 서비스업	3	3	3	1	2	2	2	2	45
제과점업	6	6	7	6	6	8	8	5	125
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	6	6	7	6	6	7	8	4	123
치킨 음식점업	9	9	12	8	8	12	13	5	173
김밥 및 기타 간이 음식점업	11	9	12	9	9	12	14	6	192
간이음식 포장판매 전문점	5	4	4	4	3	5	5	3	76
일반 유흥주점업	4	5	4	5	9	10	15	8	139
무도 유흥주점업	3	2	2	3	1	1	3	1	30
생맥주 전문점	3	4	4	3	3	4	5	2	77
기타 주점업	13	12	13	12	15	16	18	9	250
커피 전문점	12	12	11	11	11	13	15	9	234
기타 비알코올 음료점업	7	6	7	6	7	10	9	5	117
총합	162	148	181	144	153	195	221	111	3,000

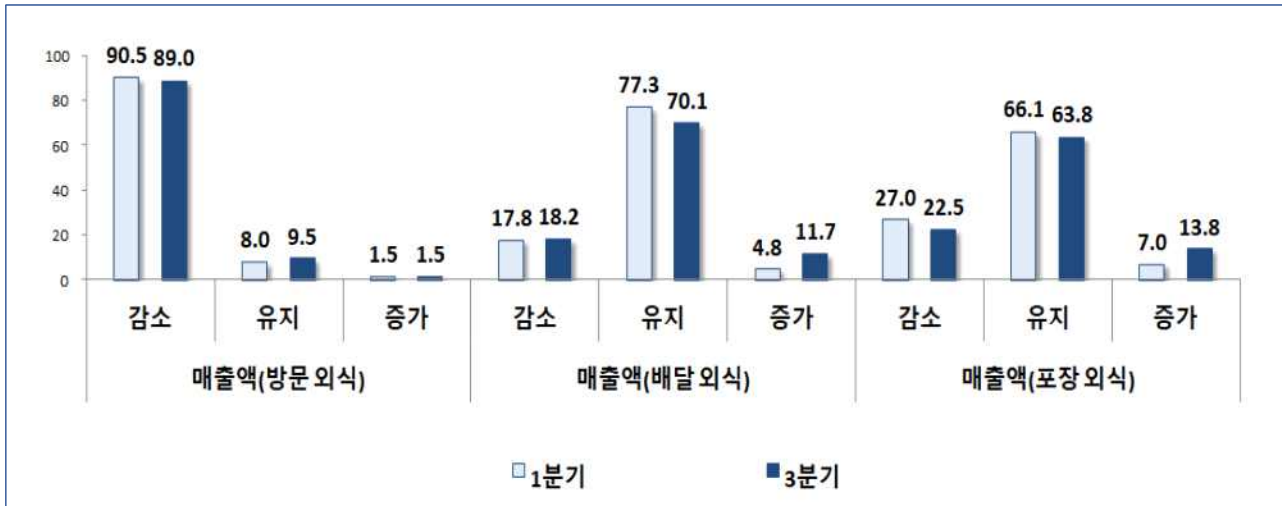
3. 조사 결과

가. 코로나19의 외식업체 영향 분석결과

1) 매출변화(방문 외식/배달 외식/포장 외식) 현황

- 코로나 여파로 인한 외식업체의 매출액 변동을 살펴보면, 방문 외식 매출액이 감소한 업체의 비율은 1분기 90.5%에서 3분기 89.0%로 약 1.5%p 하락하였음. 배달외식 매출액이 감소한 업체의 비율은 1분기 17.8%에서 3분기 18.2%로 약 0.4%p 증가하였고 포장 외식 매출이 감소한 업체 비율은 1분기 27.0%에서 3분기 22.5%로 약 4.5%p 하락하였음
- 코로나 19로 인한 소비위축의 영향이 지속되는 가운데 개별 외식업체의 매출 타격은 1분기의 충격보다는 소폭 완화되었으나 여전히 코로나19로 인한 매출감소 업체 비율이 80%를 상회하는 등 그 영향이 지속되고 있어 장기적 경기 침체가 우려되는 상황임

[그림 Ⅱ-1] 매출액(방문 외식/배달 외식/포장 외식) 감소/유지/증가 현황(단위 : %)

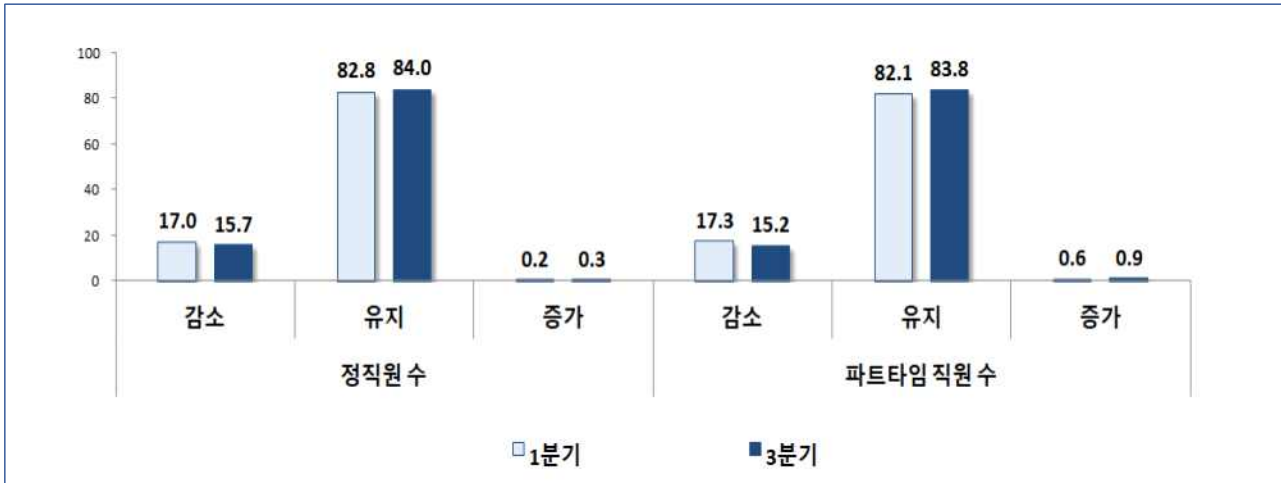


* 사례 수 : 전체 3,000명

2) 종업원 수 변동

- 코로나 여파로 인한 외식업체의 종업원 수 변동 현황을 살펴보면, 정직원 고용을 감축한 업체의 비율은 1분기 17.0%에서 3분기 15.7%로 약 1.3%p 하락하였고, 파트타임 직원 고용을 감축한 업체의 비율은 1분기 17.3%에서 3분기 15.2%로 약 2.1%p 하락하였음

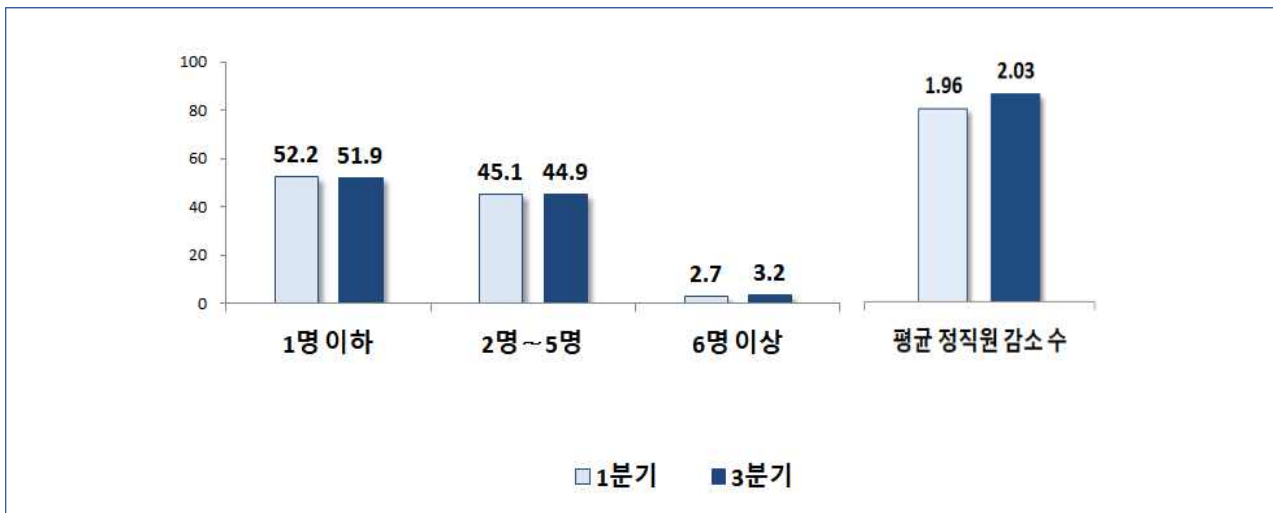
[그림 Ⅱ-2] 코로나 영향으로 인한 종업원 수 변동 현황(단위 : %)



* 사례 수 : 전체 3,000명

- 정규직 직원이 감소한 업체 중 ‘1명 이하’ 감소한 업체가 가장 많고(51.9%), 이어 2-5명 규모가 많은 것으로 나타남(44.9%). 평균 정직원 감소 수는 1분기 1.96명에서 3분기에는 소폭 늘어난 2.03명을 평균적으로 감축한 것으로 나타남

[그림 Ⅱ-3] 종업원 수 변동 - 정직원 감소(단위 : %, 명)

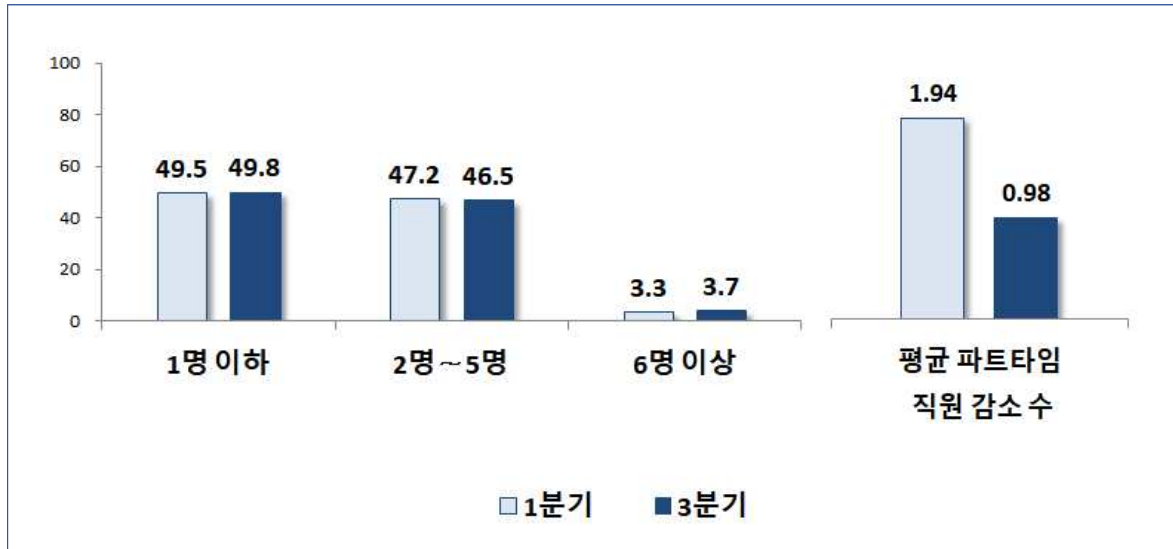


* 사례 수 : 전체 3,000명

* 각 분기 인원이 감소한 업체의 ‘감소 인원 수’ 가중 평균

- 파트타임 직원이 감소한 업체 중 ‘1명 이하’ 감소한 업체가 가장 많고(49.8%), 이어 2-5명 규모가 많은 것으로 나타남(46.2%). 평균 정직원 감소 수는 1분기 1.94명에서 3분기에는 0.98명을 평균적으로 감축한 것으로 나타남

[그림 Ⅱ-4] 종업원 수 변동 - 파트타임 직원 수 감소(단위 : %, 명)



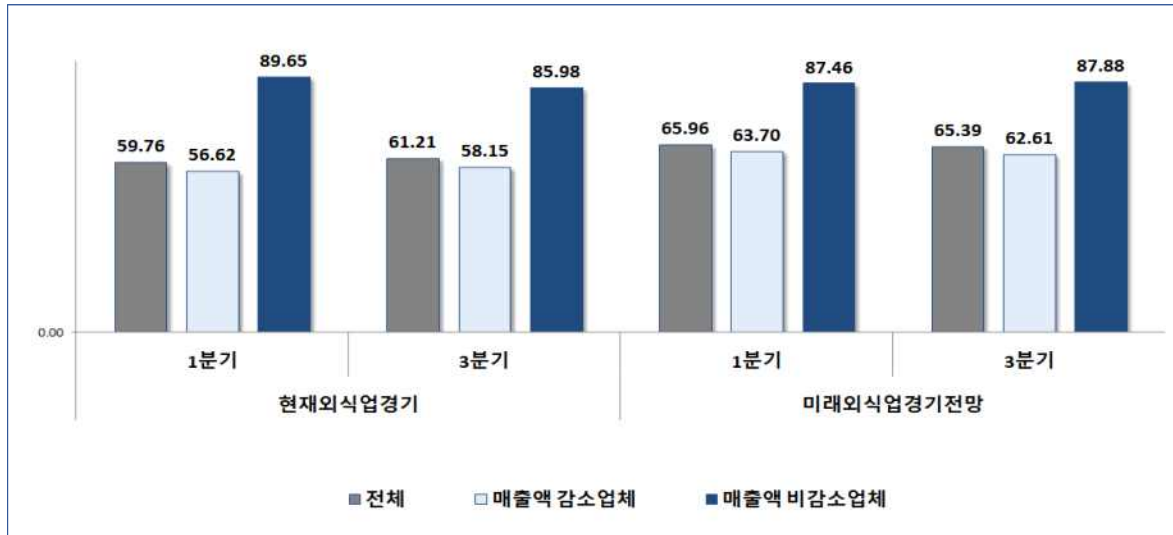
*각 분기 인원이 감소한 업체의 '감소 인원 수' 가중 평균

- 코로나19로 인한 직원 고용 변화는 고용을 감축한 업체의 비율은 전반적으로 1분기 보다는 3분기에 소폭 하락한 것으로 나타났으나 개별 사업체의 고용 감축 규모는 1분기에 비해 3분기에 늘어난 것으로 보임
- 이는 매출타격이 장기화되는 상황에서 수익을 보전하기 위해 주요 비용요소 중 하나인 고용을 감축하였기 때문으로 보이며 지속적인 고용의 감소가 일어난다면 산업 전체적인 고용 경직과 더불어 생산성 저하로 이어질 우려가 있음

3) 코로나 영향과 외식경기

- 코로나 여파로 인한 외식업체 주요 특성과 외식산업경기지수 간 관계를 살펴보기 위해 먼저 코로나로 인해 '매출액이 감소한 업체'와 '매출액이 증가 또는 유지한 업체' 간 체감 경기의 차이를 살펴보고자 함
- 분석결과, 코로나로 인한 매출액 감소업체의 경기지수는 58.15인데 반해, 매출액이 감소하지 않은 업체의 경기지수는 85.98로 두드러진 차이를 나타내는 것으로 나타났으며, 미래 전망 역시 매출액 감소 여부에 따라 두드러진 차이를 나타내는 것으로 나타남
- 이는 1분기와 비슷한 경향으로 전반적인 외식업 경기가 침체되었으며 특히 코로나로 인한 매출 타격이 체감 경기를 더 악화시킨 것으로 보임

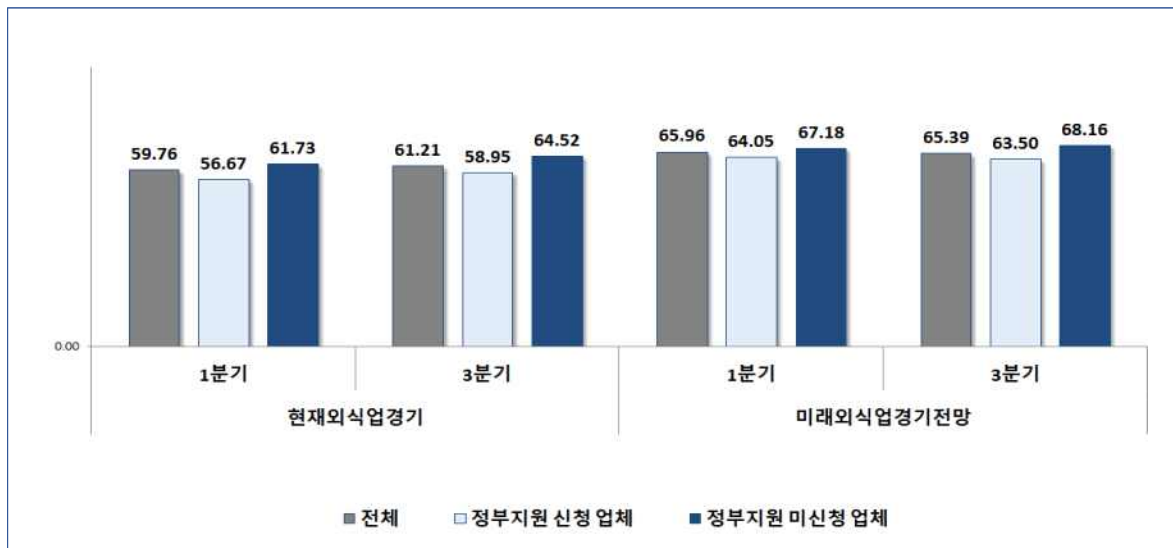
[그림 Ⅱ-5] 매출액 감소 여부에 따른 현재 및 미래외식업경기전망지수(5점 척도)



4) 코로나 정부지원사업 신청여부에 따른 외식경기

- 정부지원사업 신청여부에 따른 현재외식업경기 차이를 살펴보면, ‘정부지원사업 미신청 업체 (64.52)’ 대비 ‘정부지원사업 신청업체(58.95)’의 경기지수가 상대적으로 더 낮은 것으로 나타남
- 전반적으로 코로나의 충격이 시작된 1분기에 비해 3분기에는 경기 하락폭이 완화되었으나 여전히 3분기에도 코로나의 매출타격이 지속되고 있으며, 특히 정부지원 신청업체는 경기 악화를 더 심하게 체감하고 있어 지속적인 지원이 필요할 것으로 판단됨

[그림 Ⅱ-6] 정부지원사업 신청여부에 따른 현재 및 미래외식업경기전망지수(5점 척도)

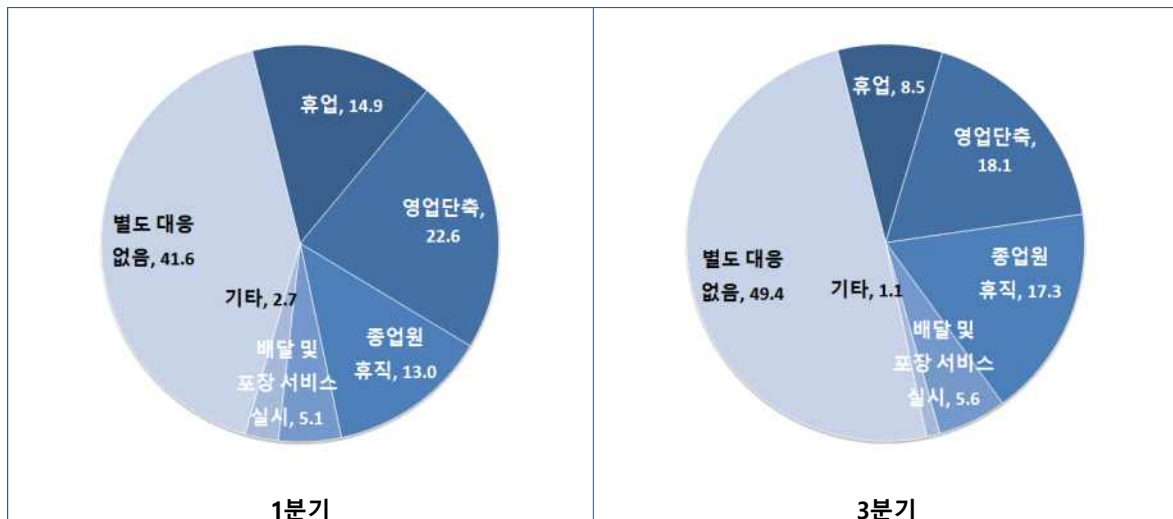


나. 코로나19에 대한 외식업체 대응현황 분석결과

1) 외식업체 대응방안

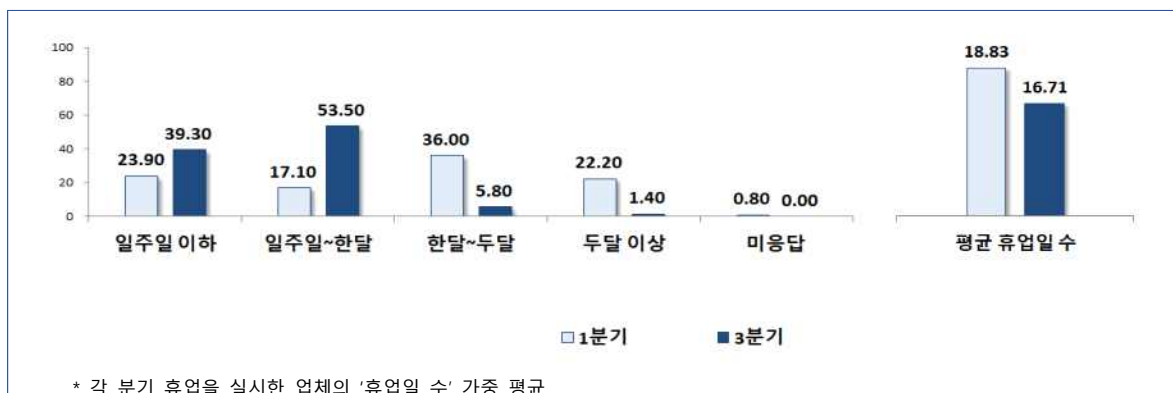
- 코로나 여파에 따른 외식업체의 대응방안을 살펴보면, 1분기에 이어 3분기에도 별도 대응을 하지 않는 업체의 비율이 높았으나(41.6% → 49.4%), 휴업(14.9% → 8.5%)과 영업단축(22.6% → 18.1%)의 비율은 감소하였고 종업원 휴직(13.0% → 17.3%)의 비율은 늘어남
- 7~8월까지 이어진 정부 재난지원금의 효과로 휴업 또는 영업단축을 강행한 업체의 비율은 일부 낮아진 것으로 보이나 종업원 휴직을 실시한 업체의 비율은 늘어났으며 여전히 별도 대응을 하지 못하고 있는 업체의 비율이 높음

[그림 Ⅱ-7] 외식업체 코로나19 관련 대응방안(단위 : %)



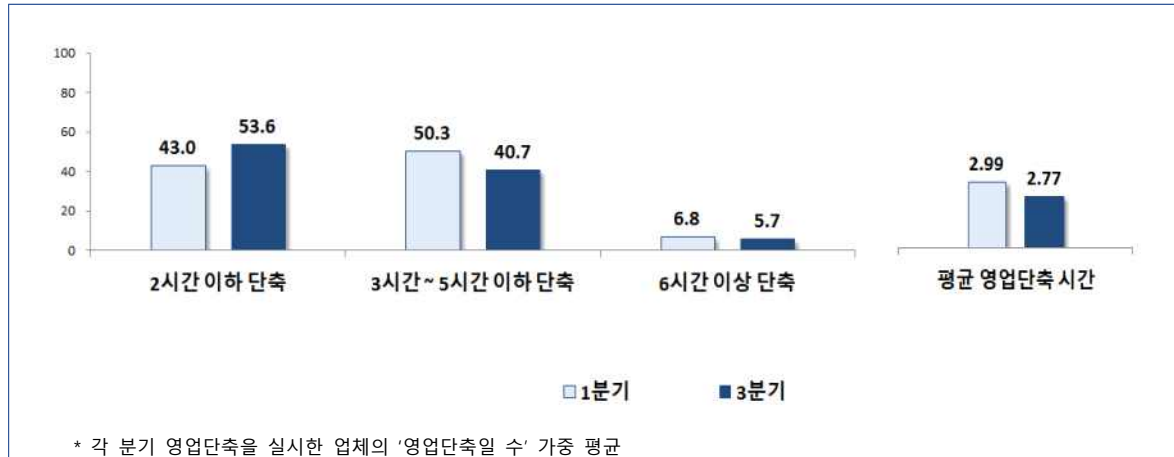
- 휴업을 단행한 외식업체의 휴업현황을 살펴보면, ‘일주일~한달 휴업’이 53.50%로 가장 많았으며 휴업을 단행한 업체의 평균 휴업일 수는 ‘16.71일’로 나타남

[그림 Ⅱ-8] 휴업업체 휴업 현황(단위 : %, 일)



- 영업단축을 시행한 업체의 경우, 일 영업시간의 ‘2시간 이하 단축’ 이 53.6%로 가장 많은 비중을 차지하며, 영업단축을 시행한 업체들의 평균 영업단축 시간은 ‘2.77시간’ 으로 나타남

[그림 II-9] 영업단축 업체 영업 단축시간 현황



2) 정부 지원사업 신청

- 코로나 19관련 정부 지원사업에 신청한 업체 수는 전체 59.4%에 해당하며 1분기 대비 3분기에 신청업체의 비율이 늘어난 것으로 나타남

[표 II-4] 정부 지원사업 신청 현황

정부지원 신청 여부	1분기		3분기	
	Freq	(%)	Freq	(%)
신청	1,169	39.0	1,783	59.4
미신청	1,831	61.0	1,217	40.6
Total	3,000	100.0	3,000	100.0

- 정부지원 신청업체의 경우, 신청한 지원사업 중 ‘재난 지원금(41.8%)’ 이 가장 많은 것으로 나타났고, 이어 ‘저금리대출(18.1%)’ 이 많았으며 정부지원 사업을 신청하지 않은 업체는 ‘재난지원금(37.6%)’ 이 가장 필요하다고 언급했으며, 이어 ‘세제혜택(21.0%)’ 등이 필요하다고 응답함

[표 II-5] 정부지원사업 세부 사업별 신청 현황

구 분	정부지원 신청업체				정부지원 미신청 업체							
	지원사업 신청 현황 (중복응답)				필요 지원사업 1순위				필요 지원사업 2순위			
	1분기		3분기		1분기		3분기		1분기		3분기	
	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)
저금리대출	598	41.1	369	16.4	336	18.4	194	16.0	202	14.9	143	17.0
재난지원금	641	44.1	1,543	68.6	766	41.8	458	37.6	372	27.4	213	25.3
고용유지지원금	52	3.6	130	5.8	110	6.0	109	9.0	189	13.9	110	13.1
세제혜택	55	3.8	69	3.1	328	17.9	256	21.0	364	26.8	223	26.4
4대보험료 감면	27	1.9	22	1.0	166	9.1	105	8.6	224	16.5	142	16.9
기타	81	5.6	115	5.1	125	6.8	95	7.8	7	0.5	11	1.3
Total	1,454	100.0	2,248	100.0	1,831	100.0	1,217	100.0	1,358	100.0	842	100.0

- 정부지원 신청업체의 애로사항을 살펴보면 1분기 보다 3분기에 지원의 실효성 부족 (37.3%)을 느끼는 업체의 비율이 늘어났으며 미신청 업체의 미신청 사유 역시 지원의 실효성 부족(32.3%)을 이유로 신청하지 않은 업체의 비율이 가장 높음

[표 II-6] 정부지원사업 신청 시 애로사항 및 미신청 사유

구 분	(정부지원 신청업체) 신청 애로사항								(정부지원 미신청 업체) 미신청 사유							
	1순위				2순위				1순위				2순위			
	1분기		3분기		1분기		3분기		1분기		3분기		1분기		3분기	
	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)	Freq	(%)
지원정보 제공 부족	214	18.4	221	12.4	136	17.8	144	21.1	481	26.3	251	20.6	187	16.1	69	13.8
지원절차 복잡성	508	43.6	631	35.4	214	28.0	176	25.7	670	36.6	288	23.7	361	31.1	139	27.8
지원규모 실효성 부족	256	22.0	665	37.3	237	31.1	204	29.8	268	14.6	393	32.3	222	19.1	138	27.7
지원의 적시성 떨어짐	188	16.1	266	14.9	176	23.1	160	23.4	412	22.5	285	23.4	391	33.7	153	30.7
Total	1,166	100.0	1,783	100.0	763	100.0	684	100.0	1,831	100.0	1,217	100.0	1,161	100.0	499	100

다. 코로나 여파로 인한 외식업체 영향 세부 분석

1) 업종별 영향 분석

- 업종별 매출감소 업체를 살펴보면, ‘주점업’이 코로나로 인한 매출 감소 비중이 가장 큰 것으로 나타났으며(94.80%), 이어 ‘비알코올음료점업(92.70%)’이 가장 크게 나타났고 1분기 대비 3분기 업종 전체적으로 일부 매출감소 완화는 있었으나 업종별로는 비슷한 경향을 보임

[표 II-7] 업종별 코로나 여파로 인한 매출감소 현황

업종구분	1분기			3분기		
	매출 감소 업체 (수)	전체 표본(수)	매출감소 업체 비중(%)	매출 감소 업체 (수)	전체 표본(수)	매출감소 업체 비중(%)
한식 음식점업	901	975	92.4	904	992	91.1
한식 일반 음식점업	419	452	92.7	403	441	91.4
한식 면요리 전문점	122	133	91.7	115	133	86.5
한식 육류요리 전문점	221	242	91.3	217	240	90.4
한식 해산물요리 전문점	139	148	93.9	169	178	94.9
외국식 음식점업	371	405	91.6	377	425	88.7
중식 음식점업	124	144	86.1	118	139	84.9
일식 음식점업	106	111	95.5	93	103	90.3
서양식 음식점업	85	93	91.4	104	118	88.1
기타 외국식 음식점업	56	57	98.3	62	65	95.4
기관구내 식당업	59	80	73.8	57	82	69.5
출장음식 서비스업	33	44	75.0	28	36	77.8
기타 간이 음식점업	556	679	81.9	604	719	84.0
제과점업	90	121	74.4	87	104	83.7
파자 햄버거 샌드위치 및 유사 음식점업	97	124	78.2	100	121	82.6
치킨 전문점	123	169	72.8	143	194	73.7
김밥 및 기타 간이 음식점업	172	181	95.0	199	218	91.3
간이 음식 포장 판매 전문점	74	84	88.1	75	82	91.5
주점업	462	467	98.9	368	388	94.8
일반 유흥 주점업	138	138	100.0	52	55	94.5
무도 유흥 주점업	27	27	100.0	10	11	90.9
생맥주 전문점	70	72	97.2	66	67	98.5
기타 주점업	227	230	98.7	240	255	94.1
비알코올 음료점업	333	350	95.1	332	358	92.7
커피 전문점	248	261	95.0	247	264	93.6
기타 비알코올 음료점업	85	89	95.5	85	94	90.4

- 업종별 인력감축 현황을 살펴보면, ‘출장음식서비스업(41.70%)’ 이 가장 많이 인력을 감축한 것으로 나타났으며, 평균 3.13명 가량 감축하였고 1분기 대비 3분기에는 업종 전반적으로 감축업체의 비율은 줄었으나 개별업체의 감축 인원은 증가한 경향을 보임

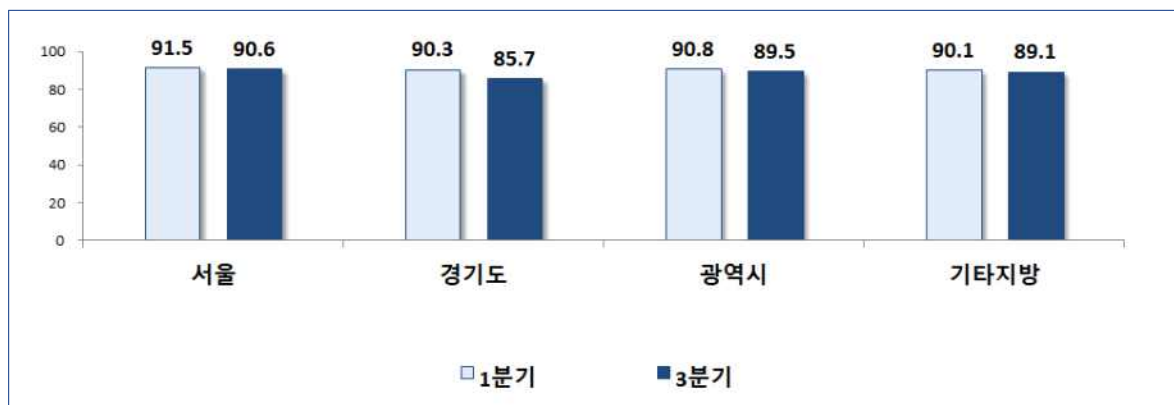
[표 II-8] 업종별 코로나 여파로 인한 인력변동 현황

업종구분	1분기				3분기			
	인력 감소 업체 (수)	전체 표본(수)	인력감소 업체 비중(%)	평균 인력감소 수(명)	인력 감소 업체 (수)	전체 표본(수)	인력감소 업체 비중(%)	평균 인력감소 수(명)
한식 음식점업	211	975	21.6	1.602	162	992	16.3	1.765
한식 일반 음식점업	98	452	21.7	1.579	79	441	17.9	1.987
한식 면요리 전문점	26	133	19.6	1.714	21	133	15.8	1.476
한식 육류요리 전문점	50	242	20.7	1.475	35	240	14.6	1.229
한식 해산물요리 전문점	37	148	25.0	1.792	27	178	15.2	2.037
외국식 음식점업	87	405	21.5	2.072	92	425	21.6	1.891
중식 음식점업	19	144	13.2	1.316	22	139	15.8	1.455
일식 음식점업	31	111	27.9	1.400	24	103	23.3	1.583
서양식 음식점업	18	93	19.4	2.700	22	118	18.6	2.591
기타 외국식 음식점업	19	57	33.3	2.348	24	65	36.9	1.958
기관구내 식당업	12	80	15.0	1.200	17	82	20.7	4.353
출장음식 서비스업	16	44	36.4	3.571	15	36	41.7	3.133
기타 간이 음식점업	76	679	11.2	1.750	92	719	12.8	1.652
제과점업	9	121	7.4	1.588	15	104	14.4	1.800
파자 햄버거 샌드위치 및 유사 음식점업	14	124	11.3	2.050	13	121	10.7	1.846
치킨 전문점	15	169	8.9	1.389	20	194	10.3	1.650
김밥 및 기타 간이 음식점업	28	181	15.5	1.478	32	218	14.7	1.375
간이 음식 포장 판매 전문점	10	84	11.9	1.857	12	82	14.6	2.000
주점업	70	467	15.0	1.933	53	388	13.7	1.981
일반 유흥 주점업	17	138	12.3	2.481	9	55	16.4	1.667
무도 유흥 주점업	7	27	25.9	1.667	4	11	36.4	6.000
생맥주 전문점	11	72	15.3	1.778	8	67	11.9	1.500
기타 주점업	35	230	15.2	1.526	32	255	12.5	1.688
비알코올 음료점업	38	350	10.9	2.016	41	358	11.5	2.902
커피 전문점	29	261	11.1	2.021	33	264	12.5	2.848
기타 비알코올 음료점업	9	89	10.1	2.000	8	94	8.5	3.125

2) 권역별 영향 분석

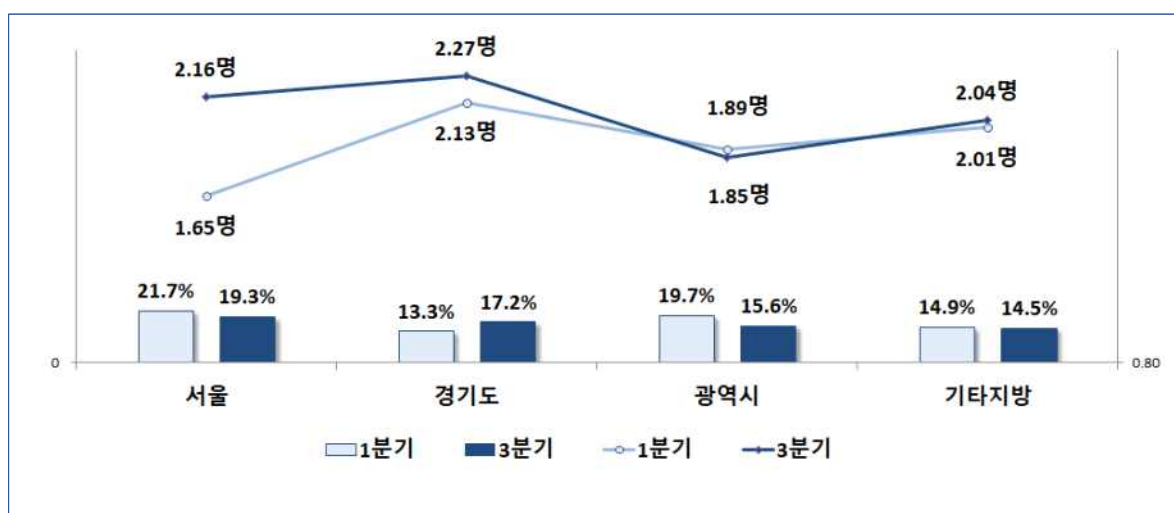
- 권역별 매출감소 업체 비중을 살펴보면, ‘서울(90.60%)’이 가장 높은 반면, ‘경기도(85.70%)’는 상대적으로 적었으며 권역 전반적으로 1분기 대비 3분기 매출감소 업체 비중이 줄었지만 모든 권역에서 여전히 80%를 넘는 비율을 보여 3분기에도 여전히 코로나의 영향이 지속되고 있는 것으로 판단됨

[그림 II-9] 권역별 매출감소 업체 비중(%)



- 권역별 인력감소 업체 비중을 살펴보면, ‘서울(19.30%)’이 가장 높고 기타지방이 14.5%로 가장 낮았으나 권역 전반적으로 1분기 대비 3분기에 개별 업체의 평균 인력감소수가 더 많아진 것으로 보이며, 특히 서울 및 경기도의 수도권 지역 평균 인력감소수가 상대적으로 높게 나타남

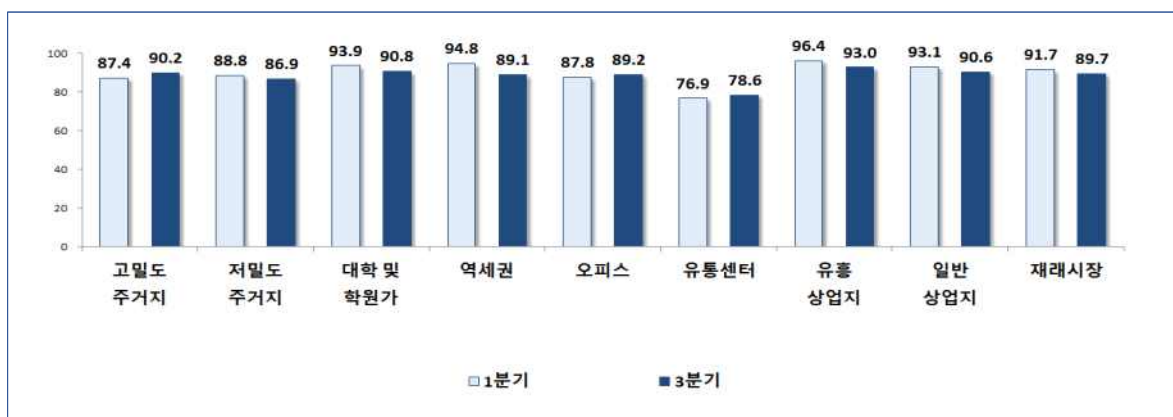
[그림 II-10] 권역별 인력감소업체 비중(%) 및 평균 인력감소 수(명)



3) 상권별 영향분석

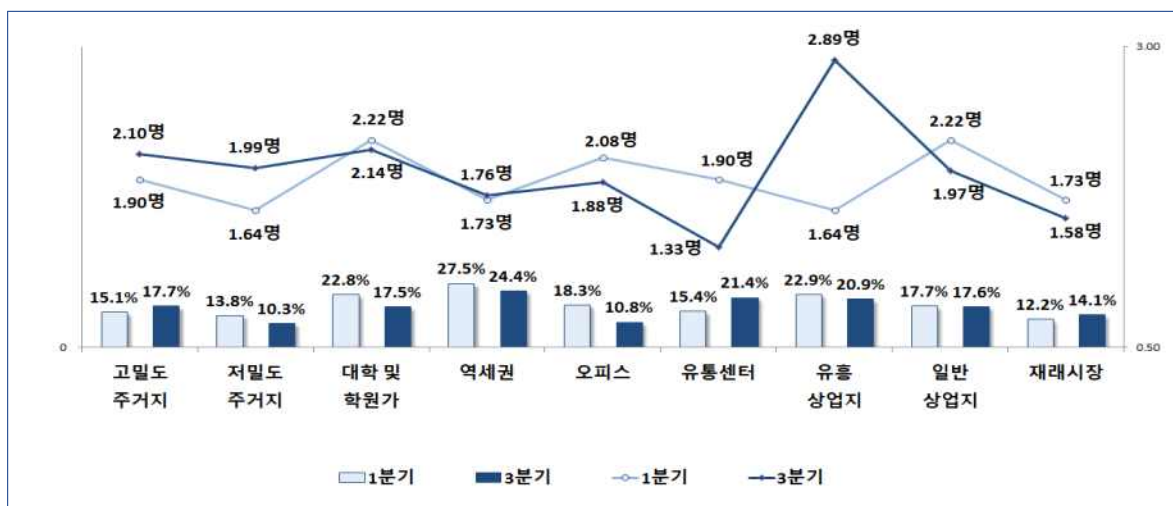
- 상권별 매출감소 업체 비중을 살펴보면, ‘유흥상업지(93.00%)’의 매출감소 업체 비중이 가장 높은 것으로 나타남
- 상대적으로 ‘유통센터(78.60%)’ 및 ‘저밀도 주거지(86.90%)’ 상권의 매출감소 업체 비중이 낮은 것으로 나타났는데, 이는 코로나 여파로 인한 영업정지 명령 등의 영향이 상대적으로 유흥 및 일반상업지 등에 영향을 더 미쳤기 때문인 것으로 보여짐

[그림 Ⅱ-11] 상권별 매출감소 업체 비중(%)



- 상권별 코로나 여파에 따른 인력감소 현황을 살펴보면, ‘역세권(24.4%)’이 인력감축을 단행한 업체 비중이 가장 높은 것으로 나타났고, 평균 감축인원은 ‘유흥상업지(2.89명)’와 ‘대학 및 학원가(2.14명)’이 가장 높은 것으로 나타남

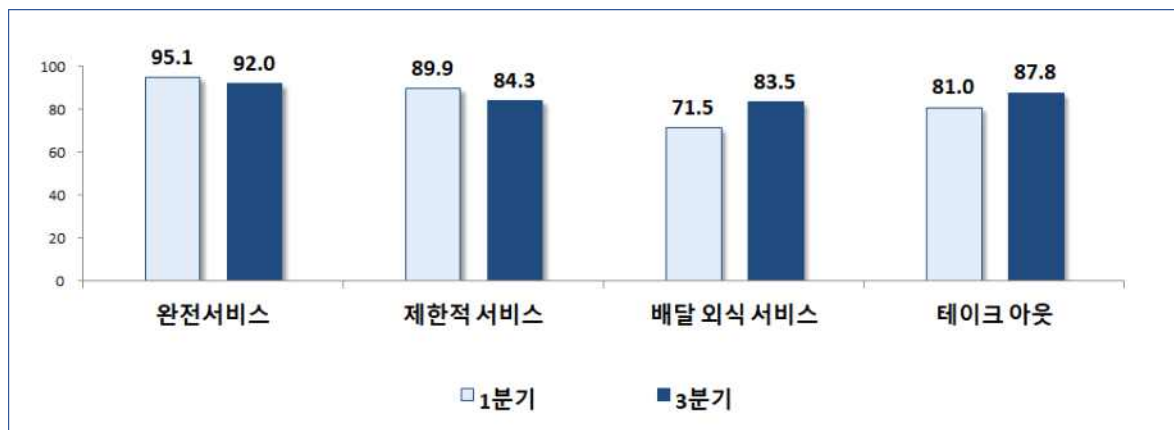
[그림 Ⅱ-12] 상권별 인력감소업체 비중(%) 및 평균 인력감소 수(명)



4) 서비스형태별 영향분석

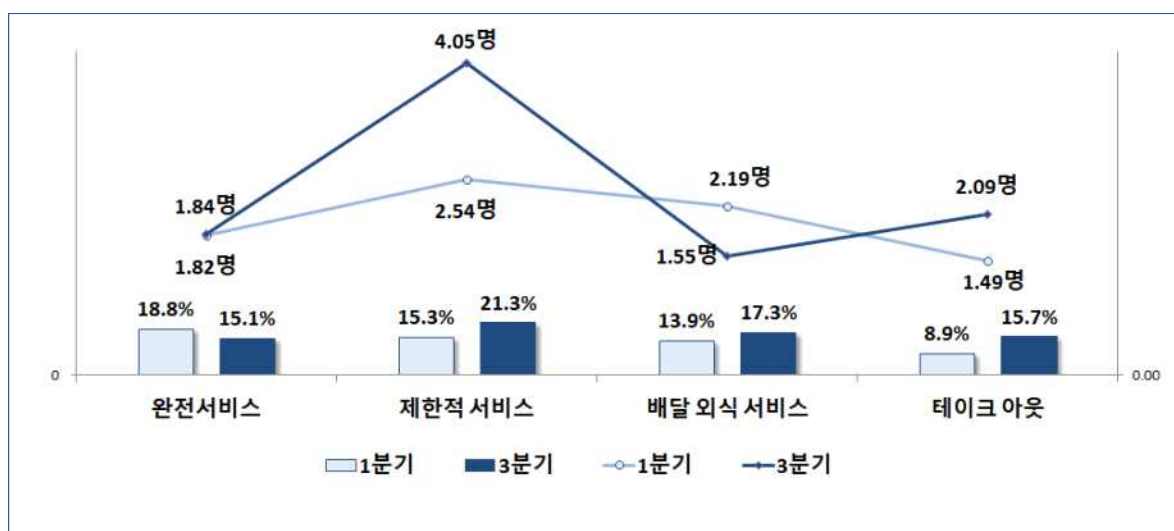
- 서비스 형태별 매출감소 업체 비중을 살펴보면, ‘완전서비스(92.0%)’를 주로 제공하는 업체의 매출액 감소 업체 비중이 가장 높은 것으로 나타난 반면, ‘배달외식서비스(83.5%)’를 주로 제공하는 업체의 매출액 감소업체 비중이 상대적으로 낮은 것으로 나타남

[그림 Ⅱ-13] 서비스형태별 매출감소 업체 비중(%)



- 서비스 형태별 인력감소현황을 살펴보면, ‘제한적 서비스(21.3%)’를 주로 제공하는 업체의 인력감소 업체 비중이 가장 높은 것으로 나타났으며, 평균 4.05명 감소한 것으로 나타남
- 상대적으로 테이크아웃 서비스의 매출액 감소업체 비중이 낮았으며(15.7%), 평균 약 2.09명의 인력이 감소한 것으로 나타남

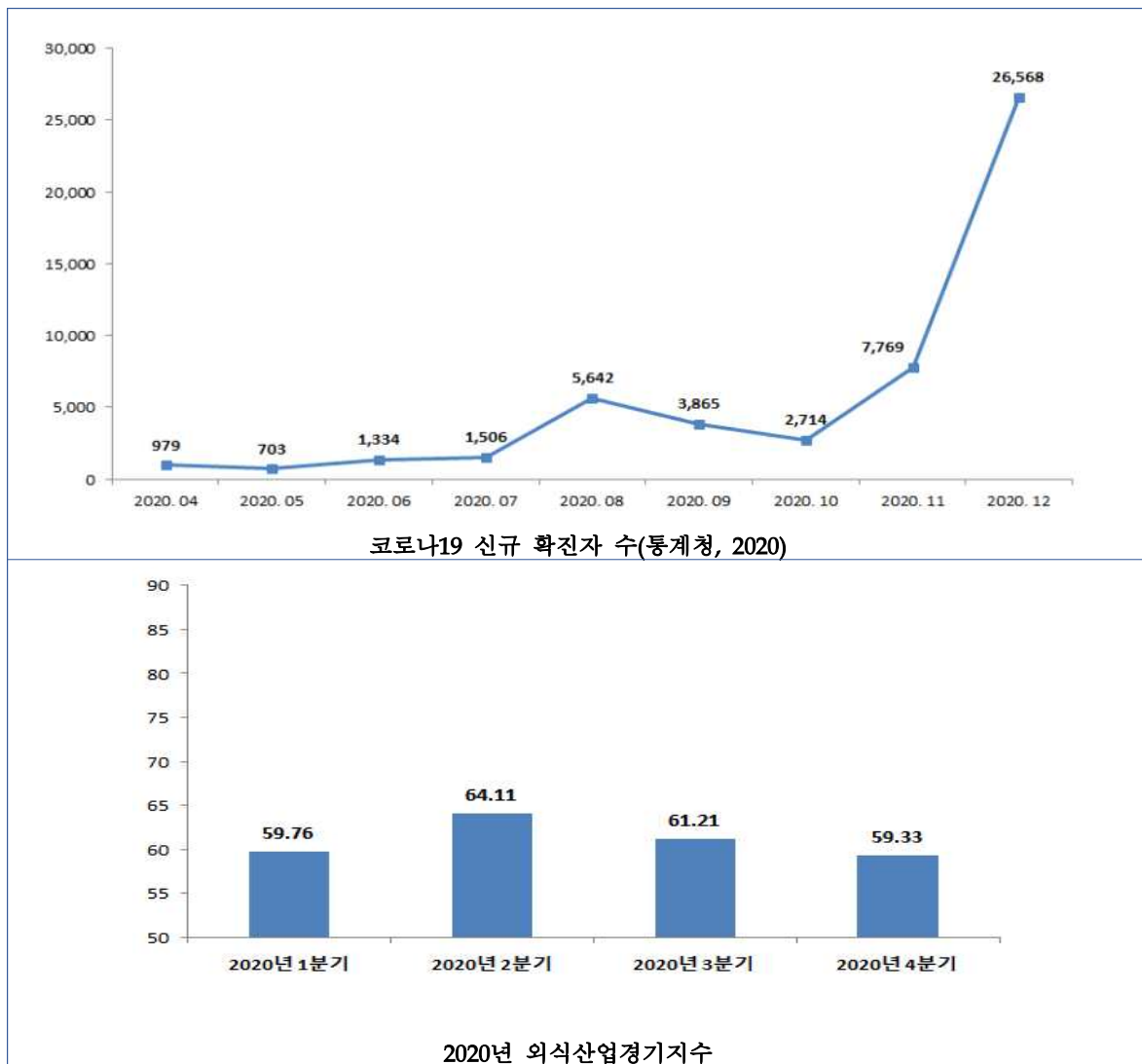
[그림 Ⅱ-14] 서비스형태별 인력감소업체 비중(%) 및 평균 인력감소 수(명)



라. 코로나19 확진자 수 현황 및 외식산업 경기

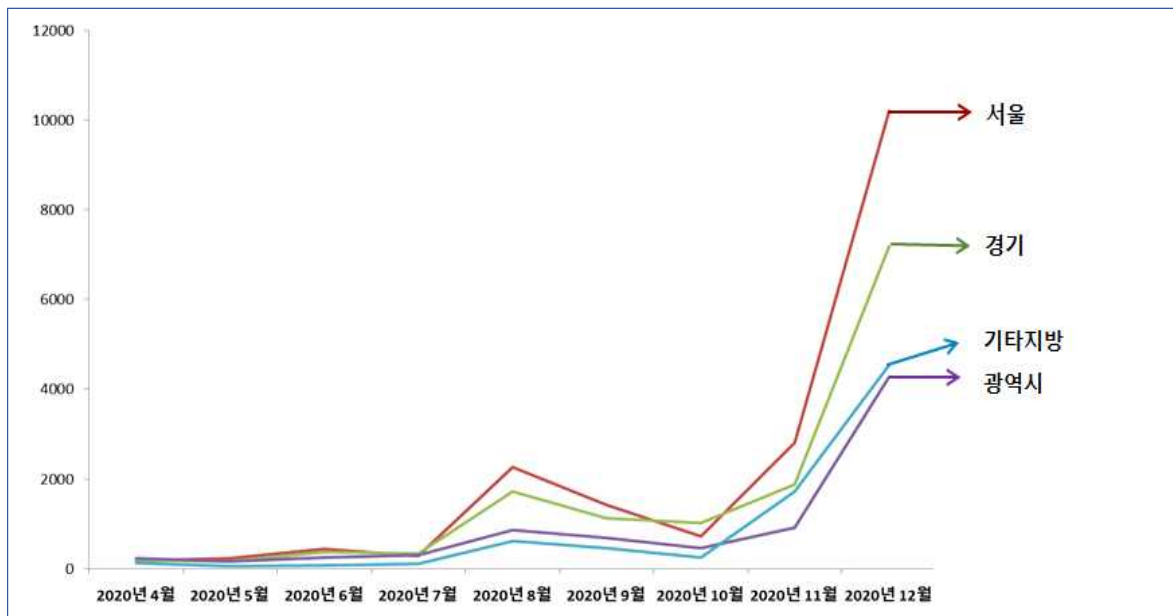
- 코로나19 영향이 본격화된 2020년 4월부터 집계한 신규 확진자 수를 살펴보면 2분기 1,400명 미만 수준을 보이던 확진자 수는 3분기 8월 5,642명으로 증가한 이후 줄어드는 추세를 보였으나 11월을 기점으로 급격하게 증가하였음
- 외식산업 경기지수는 코로나 영향이 시작된 2020년 1월 59.76의 지수를 기록하였고 이후 확진자 수의 증가가 소강상태로 접어든 2분기에 약간의 지수 상승이 있었으나 3분기 확진자 수의 증가 추세와 함께 지수가 하락하였고 2020년 4분기에는 급격한 확진자 수 증가로 소비위축의 영향을 받아 분기 중 가장 낮은 지수인 59.33을 기록하였음

[그림 II-15] 코로나19 신규 확진자 수 현황과 외식업경기지수



- 코로나19의 권역별 확진자 수 증가 추이를 보면 서울과 경기지역을 중심으로 확진자 수가 급격히 증가하는 경향을 보였고 이에 따라 정부의 사회적 거리두기 시행단계 강화가 수도권을 중심으로 가장 먼저 시행되었음
- 권역별 외식산업 경기도 이에 따라 1분기 이후 지속적으로 서울 지역의 외식업경기지수가 타 권역보다 낮게 나와 경기 침체가 상대적으로 심화된 것을 볼 수 있음

[그림 II-16] 코로나19 권역 별 신규 확진자 수 현황(통계청, 2020)



[표 II-10] 권역 별 외식산업경기전망지수

	2018				2019				2020				2021
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 (E)
외식산업 경기전망지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44	59.76	64.11	61.21	59.33	66.01
서울	79.42	77.89	74.03	73.38	75.51	74.86	73.89	75.74	57.92	61.22	59.09	57.01	62.96
경기도	76.53	76.37	74.26	69.82	73.92	70.79	71.43	70.17	61.57	67.14	62.75	59.36	66.95
광역시	74.59	72.22	71.79	69.45	70.69	70.36	71.26	70.85	58.93	62.67	60.10	58.84	66.98
기타지방	73.22	73.44	71.73	67.81	70.82	69.83	71.01	71.12	60.32	65.09	62.12	60.27	65.90

마. 분기 별 코로나19 관련 정부지원과 외식경기

- 코로나19와 관련된 정부의 지원책은 크게 소비자에게 제공되는 지원과 공급자인 소상공인(음식점)에 지원되는 내용으로 구분할 수 있으며 소비자에게는 직접 금액을 지원하고 공급자에게는 직접지원을 포함하여 대출, 보증, 만기/이자, 신용회복 등 간접지원을 통해 경기 침체에 대응하고 있음
- 이 중에서도 특히 외식업에 영향을 미치는 것은 민간소비의 진작을 목적으로 하는 소비자 직접지원으로 현재까지 전 국민을 대상으로 한 지원은 1차 긴급재난지원금 지급(2020년 4월)이 있으며 2차 긴급재난지원금 부터는 고용취약계층 및 실직자, 소상공인 등에 선별지급 하였고(2020년 9월), 최근 2021년에는 소상공인 버팀목자금, 긴급고용안정지원금 등 소상공인을 위한 3차 긴급재난지원금이 편성되었음

[표 II-11] 차수 별 긴급재난지원금 지원대상과 상세내용

차수	대상	상세내용
1차(2020년 2분기)	전 국민	- 소득, 재산과 상관없이 대한민국 국민 모두에게 지급 - 가구원 수별 차등지급하며 1인 40만원, 2인 60만원, 3인 80만원, 4인 100만원 지원
2차(2020년 3분기)	소상공인, 특수고용노동자 등 선별집단	- 연매출 4억원 이하 소상공인 100만원 지원 - 집합 제한, 금지 업종에 최대 200만원 지원 - 특수고용노동자와 프리랜서에 최대 150만원 지원 - 중학생 이하 아동가구에 최대 20만원 지원 - 만 16~34세와 65세 이상 대상으로 휴대폰요금 2만원 지원 - 기타 생계 위기가구 지원
3차(2021년 1분기)	집합금지 업종, 특수고용노동자 등 선별 집단	- 노래방, 헬스장 등 집합금지 업종 최대 300만원 지원 - 김밥집, PC방 등 영업 일부 제한 11개 업종 200만원 지원 - 특수고용노동자와 프리랜서에 최대 100만원 지원 - 기타 임대료 세액공제 등

- 정부와 국회의 협의로 시행된 긴급재난지원금은 최악의 경기 침체상황을 일부 타개하는데 효과를 주었으나 외식산업의 경기에 영향을 미치는 민간소비의 진작에 있어서는 지원 대상이 축소됨에 따라 효과가 크지 않았던 것으로 판단되며 이에 따라 외식업경기지수도 2분기의 일부 회복세 이후에는 3~4분기 다시 지수가 하락하며 경기 침체가 장기화 될 우려가 있음

4. 코로나19 영향분석 시사점 및 제언

- 코로나 19의 영향은 1분기에 이어 3분기에도 여전히 외식업의 매출타격이 지속되는 결과를 가져왔으며 이로 인해 외식업체는 여전히 휴업 또는 영업단축을 실시하고 있었고 특히 개별 사업체의 고용 축소 규모가 1분기 보다 소폭 늘어난 것으로 나타났음
- 코로나19 확진자 수를 살펴보면 확진자가 3~4분기 증가 추세에 있었고 특히 4분기의 급격한 확진자 수 증가는 외식경기에도 부정적 영향을 미쳐 4분기의 경기지수는 조사 이래 가장 낮은 수치인 59.33을 기록하여 코로나19로 인한 소비위축과 매출타격은 심각한 상황인 것으로 보임
- 코로나 여파로 인해 발생한 매출액 손실은 정확히 추정하기 어려우나, 기획조사에서 파악된 평균 인력변동 현황과 통계청 자료의 서비스업 조사를 통해 외식업체 고용규모의 변화를 추정할 수 있음. 1분기 추정 결과 약 20만 명의 고용감소가 예상되었으며 3분기의 고용감소는 약 1만명 증가한 210,297명의 고용감소가 예상되었음. 이는 전체 외식업체 종사자 수 대비 약 9.8%에 해당하는 규모임
- 코로나19로 인한 직원 고용 변화는 고용을 감축한 업체의 비율은 전반적으로 1분기 보다는 3분기에 소폭 하락한 것으로 나타났으나 개별 사업체의 고용 감축 규모는 1분기에 비해 3분기에 늘어난 것으로 보임
- 이는 매출타격이 장기화되는 상황에서 수익을 보전하기 위해 주요 비용요소 중 하나인 고용을 감축하였기 때문으로 보이며 지속적인 고용의 감소가 일어난다면 산업 전체적인 고용 경직과 더불어 생산성 저하로 이어질 우려가 있어 고용유지를 위한 지원책이 시급한 것으로 판단됨
- 정부 차원의 코로나19 대응 지원 사업에 대한 선호도에서는 1분기와 마찬가지로 “재난 지원금” 형태의 지원을 선호하는 업체의 비율이 가장 높았으며 저금리대출 등도 많이 이용하고 있었음. 여전히 지속되는 코로나 19의 영향으로 외식업체는 가장 직접적 지원인 재난지원금의 혜택을 많이 이용한 것으로 보임
- 그러나 2분기의 전국민 대상 직접지원 이후 3분기부터는 선별된 집단에 재난지원금을 지급함으로써 민간소비의 전반적인 진작에는 효과가 적었던 것으로 판단되며 향후 최악의 외식업 경기침체를 타개하기 위해서는 재난지원금 지급범위 확대 또는 기타 외식비 지원 등의 방법으로 민간 소비심리 위축을 완화시킬 수 있도록 지원이 필요할 것임

[표 II-12] 코로나 여파로 인한 외식업체 인력 감소 추정(1분기)

업종구분	사업체 수(개)	종사자 수(명)	인력감소 업체비율 (%)	인력 감소 업체 수 (개)	업체별 평균 인력 감소 수(명)	총 인력감소 수(추정) (명)	총 종사자 대비 감소율(%)
	①	②	③	④=③÷①	⑤	⑥=④×⑤	⑦=⑥÷②
한식 음식점업	-	-	-	-	-	-	-
한식 일반 음식점업	188,565	539,764	21.7	40,919	1,579	64,610	12.0
한식 면요리 전문점	22,028	61,497	19.6	4,317	1,714	7,400	12.0
한식 육류요리 전문점	72,878	251,831	20.7	15,086	1,475	22,251	8.8
한식 해산물요리 전문점	30,091	91,476	25	7,523	1,792	13,481	14.7
외국식 음식점업	-	-	-	-	-	-	-
중식 음식점업	24,546	92,334	13.2	3,240	1,316	4,264	4.6
일식 음식점업	13,436	58,697	27.9	3,749	1,400	5,248	8.9
서양식 음식점업	12,607	70,712	19.4	2,446	2,700	6,604	9.3
기타 외국식 음식점업	4,547	18,573	33.3	1,514	2,348	3,555	19.1
기관구내 식당업	11,325	72,258	15	1,699	1,200	2,039	2.8
출장음식 서비스업	563	2,441	36.4	205	3,571	732	30.0
기타 간이 음식점업	-	-	-	-	-	-	-
제과점업	19,390	75,988	7.4	1,435	1,588	2,279	3.0
파자 햄버거 샌드위치 및 유사 음식점업	19,017	96,332	11.3	2,149	2,050	4,405	4.6
치킨 전문점	36,791	88,330	8.9	3,274	1,389	4,548	5.1
김밥 및 기타 간이 음식점업	43,212	107,975	15.5	6,698	1,478	9,899	9.2
간이 음식 포장 판매 전문점	7,411	19,258	11.9	882	1,857	1,638	8.5
주점업	-	-	-	-	-	-	-
일반 유흥 주점업	29,905	72,374	12.3	3,678	2,481	9,126	12.6
무도 유흥 주점업	1,934	7,740	25.9	501	1,667	835	10.8
생맥주 전문점	7,562	18,062	15.3	1,157	1,778	2,057	11.4
기타 주점업	79,761	160,411	15.2	12,124	1,526	18,501	11.5
비알코올 음료점업	-	-	-	-	-	-	-
커피 전문점	66,231	197,088	11.1	7,352	2,021	14,858	7.5
기타 비알코올 음료점업	17,214	35,631	10.1	1,739	2,000	3,477	9.8
전체	709,014	2,138,772	-	121,685	-	201,807	9.4

[표 II-13] 코로나 여파로 인한 외식업체 인력 감소 추정(3분기)

업종구분	사업체 수(개)	종사자 수(명)	인력감소 업체비율 (%)	인력 감소 업체 수 (개)	업체별 평균 인력 감소 수(명)	총 인력감소 수(추정) (명)	총 종사자 대비 감소율(%)
	①	②	③	④=③÷①	⑤	⑥=④×⑤	⑦=⑥÷②
한식 음식점업	-	-	-	-	-	-	-
한식 일반 음식점업	188,565	539,764	17.9	33,779	1,987	67,131	12.4
한식 면요리 전문점	22,028	61,497	15.8	3,478	1,476	5,134	8.3
한식 육류요리 전문점	72,878	251,831	14.6	10,628	1,229	13,057	5.2
한식 해산물요리 전문점	30,091	91,476	15.2	4,564	2,037	9,298	10.2
외국식 음식점업	-	-	-	-	-	-	-
중식 음식점업	24,546	92,334	15.8	3,885	1,455	5,651	6.1
일식 음식점업	13,436	58,697	23.3	3,131	1,583	4,957	8.4
서양식 음식점업	12,607	70,712	18.6	2,350	2,591	6,090	8.6
기타 외국식 음식점업	4,547	18,573	36.9	1,679	1,958	3,288	17.7
기관구내 식당업	11,325	72,258	20.7	2,348	4,353	10,220	14.1
출장음식 서비스업	563	2,441	41.7	235	3,133	735	30.1
기타 간이 음식점업	-	-	-	-	-	-	-
제과점업	19,390	75,988	14.4	2,797	1,800	5,034	6.6
파자 햄버거 샌드위치 및 유사 음식점업	19,017	96,332	10.7	2,043	1,846	3,772	3.9
치킨 전문점	36,791	88,330	10.3	3,793	1,650	6,258	7.1
김밥 및 기타 간이 음식점업	43,212	107,975	14.7	6,343	1,375	8,722	8.1
간이 음식 포장 판매 전문점	7,411	19,258	14.6	1,085	2,000	2,169	11.3
주점업	-	-	-	-	-	-	-
일반 유흥 주점업	29,905	72,374	16.4	4,894	1,667	8,156	11.3
무도 유흥 주점업	1,934	7,740	36.4	703	6,000	4,220	54.5
생맥주 전문점	7,562	18,062	11.9	903	1,500	1,354	7.5
기타 주점업	79,761	160,411	12.5	10,009	1,688	16,891	10.5
비알코올 음료점업	-	-	-	-	-	-	-
커피 전문점	66,231	197,088	12.5	8,279	2,848	23,582	12.0
기타 비알코올 음료점업	17,214	35,631	8.5	1,465	3,125	4,578	12.8
전체	709,014	2,138,772	-	111,552	-	210,297	9.8

III. 카드사 빅데이터와 외식산업경기 분석

1. 카드소비금액 증감과 외식업경기지수

가. 분석 개요

- 본 자료는 코로나19에 따른 외식산업 소비영향 분석을 위해 국내 카드사(신한카드)의 가맹점 매출액 데이터를 활용한 소비동향 분석 자료를 활용하였으며, 전수자료가 아닌 부분자료를 활용하였으므로 전수집단 자료와는 다소 상이할 수 있음
- 분석 대상은 국내에서 영업 중인 신한카드 가맹점 중 표준산업분류코드(10차) 중 음식점 및 주점업 세세분류의 22개 외식업종을 기준으로 함

[표 III-1] 카드 빅데이터 분석대상 및 분석기간

구분	내용
분석 대상 기간	- 2019년 1월~3월 - 2020년 1월~3월
카드사용주체	- 내국인(개인 및 법인카드 사용금액) 및 외국인(외국발행카드 국내 사용금액)
업종	- 표준산업분류코드(10차) 중 음식점 및 주점업 세세분류 22개 업종
분석 항목	- 소비금액 - 소비건수 - 소비영향

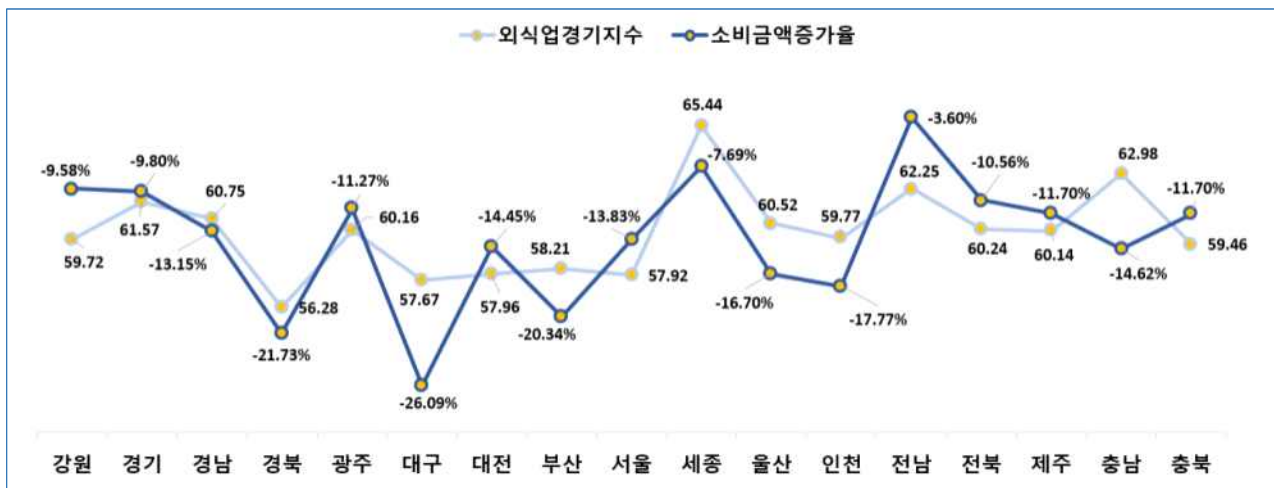
나. 분석 결과

- 전년 1분기 대비 금년 1분기는 모든 지역에서 외식산업의 소비금액이 감소한 것으로 나타남. 특히, 체감경기 하락이 두드러졌던 ‘경북’과 ‘대구’에서 실제로 소비금액 역시 큰 폭의 하락세가 나타났고, 상대적으로 경기 하락의 정도가 적었던 ‘세종’, ‘전남’ 지역에서 타 지역 대비 소비금액 감소비중이 적었던 것으로 나타남

○ 한편, 체감 경기의 하락 폭은 상대적으로 덜했으나 소비금액 감소가 두드러지는 지역은 ‘충남(-14.62%)’ 으로 경기지수는 17개 시도군 중에 2번째로 높았으나, 소비금액 감소 비중은 상대적으로 높은 것으로 나타남.

○ 반면, ‘강원’ 지역은 타 지역 대비 매출액 감소 폭은 덜하나 체감 경기 하락 폭은 높은 지역으로 나타나, 실제 매출액 감소 폭보다 훨씬 더 높은 경기 하락을 체감하고 있는 것으로 나타남

[그림 Ⅲ-1] 지역별 외식업경기지수와 소비금액 증가율 간 관계

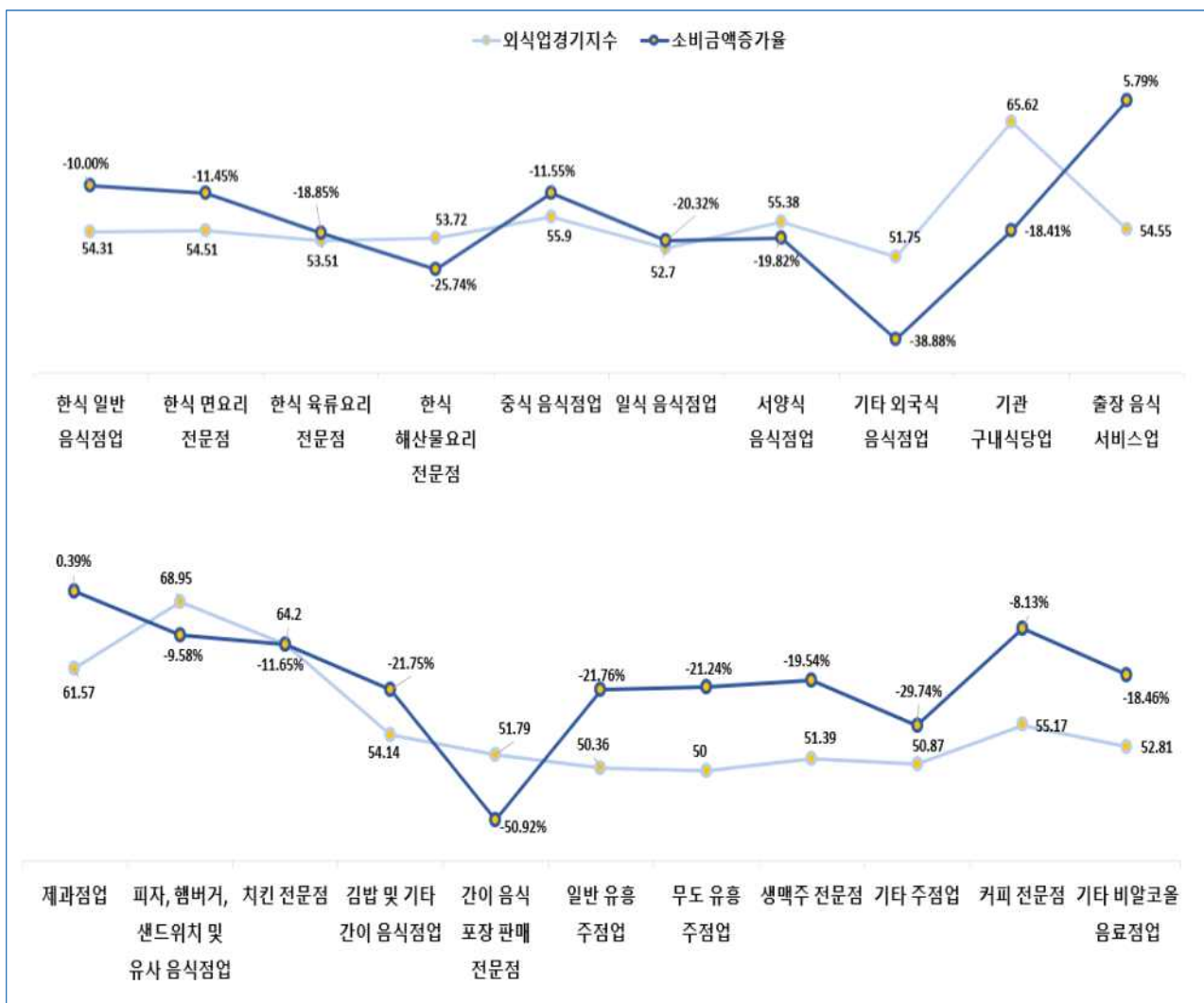


[표 Ⅲ-2] 지역별 소비금액 증감율 및 외식산업경기지수

구분	2019년 1분기 소비금액(억원)	2020년 1분기 소비금액(억원)	2019년 대비 2020년 소비금액 증감율(%)	2020년 1분기 외식산업경기지수 (5점척도)
강원	9,016	8,152	-9.58	59.72
경기	58,899	53,125	-9.80	61.57
경남	10,138	8,805	-13.15	60.75
경북	8,023	6,280	-21.73	56.28
광주	4,933	4,377	-11.27	60.16
대구	6,942	5,131	-26.09	57.67
대전	5,969	5,107	-14.45	57.96
부산	11,898	9,478	-20.34	58.21
서울	80,462	69,332	-13.83	57.92
세종	1,044	963	-7.69	65.44
울산	4,236	3,529	-16.70	60.52
인천	14,062	11,563	-17.77	59.77
전남	5,596	5,394	-3.60	62.25
전북	5,272	4,715	-10.56	60.24
제주	4,168	3,681	-11.70	60.14
충남	7,983	6,816	-14.62	62.98
충북	8,526	7,528	-11.70	59.46

- 업종별 외식업경기지수와 소비금액 증가율 간 관계는 전반적으로 보면, 매출액 감소율이 20% 이상을 상회하는 업종에서 경기지수가 낮게 나타나는 반면, 매출액 감소율이 덜한 업종에서 체감 경기 역시 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 하지만, 업종 간 상이한 특성으로 인해 소비금액 증가율과 외식경기 간 관계를 업종 간 비교하는 것은 다소 제약이 있음. 가령, 커피전문점의 경우 매출액 감소율이 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업(-9.58%)이나 치킨전문점(11.65%)에 비해 상대적으로 적은 편(-8.13%) 체감경기 하락은 이들 업종보다 훨씬 큰 것을 알 수 있음
- 즉, 해당 업종에서 체감하는 경기하락의 폭과 소비금액 변동이 업종 마다 이질적일 것으로 가정할 수 있기 때문에 지역별로 비교에 비해 상대적으로 유의한 결과를 도출하기 어려움

[그림 Ⅲ-3] 업종별 외식업경기지수와 소비금액 증가율 간 관계



[표 Ⅲ-3] 업종별 소비금액 증감율 및 외식산업경기지수

구분	2019년 1분기 소비금액(억원)	2020년 1분기 소비금액(억원)	2019년 대비 2020년 소비금액 증감율(%)	2020년 1분기 외식산업경기지수 (5점척도)
한식 일반 음식점업	115,273	103,744	-10.00	54.31
한식 면요리 전문점	4,378	3,877	-11.45	54.51
한식 육류요리 전문점	26,307	21,349	-18.85	53.51
한식 해산물요리 전문점	11,749	8,725	-25.74	53.72
중식 음식점업	11,167	9,877	-11.55	55.9
일식 음식점업	8,997	7,169	-20.32	52.7
서양식 음식점업	8,714	6,986	-19.82	55.38
기타 외국식 음식점업	1,018	622	-38.88	51.75
기관 구내식당업	1,588	1,296	-18.41	65.62
출장 음식 서비스업	133	141	5.79	54.55
제과점업	8,392	8,425	0.39	61.57
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	9,693	8,765	-9.58	68.95
치킨 전문점	9,050	7,995	-11.65	64.2
김밥 및 기타 간이 음식점업	5,851	4,579	-21.75	54.14
간이 음식 포장 판매 전문점	45	22	-50.92	51.79
일반 유흥 주점업	7,335	5,739	-21.76	50.36
무도 유흥 주점업	2,224	1,751	-21.24	50
생맥주 전문점	2,729	2,196	-19.54	51.39
기타 주점업	2,180	1,532	-29.74	50.87
커피 전문점	7,273	6,682	-8.13	55.17
기타 비알코올 음료점업	3,073	2,506	-18.46	52.81

2. 카드사 빅데이터와 경기지수 간 관계분석

가. 분석 개요

- 본 분석은 국내 카드사(신한카드)의 가맹점 매출액 데이터를 활용해 소비자 측면의 수요 변화(소비금액 및 소비 건수)와 공급자 측면의 경기 변화(경기지수) 간 관계를 계량화함으로써 이해관계자들에게 수치 해석에 참고할 수 있는 근거 자료를 제공하는 것을 목적으로 함
- 본 분석에 활용된 자료는 전수자료가 아닌, 특정 카드사(신한카드)의 부분자료를 활용하였으므로 전수집단 자료와는 다소 상이할 수 있으나 거시경제적 관점에서의 관계의 유의성을 파악하는데 초점을 맞추는 데 의의가 있음
- 분석 대상은 국내에서 영업 중인 신한카드 가맹점 중 표준산업분류코드(10차) 중 음식점 및 주점업 세세분류의 22개 외식업종을 기준으로 함
- 본 자료는 월 단위로 수집된 자료이므로 경기지수와의 분석을 위해 데이터를 각 분기에 맞게 집계해 1분기(1~3월), 2분기(4~6월), 3분기(8,9월)로 정의함
 - 2020년 7월 데이터는 카드사와의 데이터 구매 협의 기간으로 구매 품목에서 제외되어 본 분석에서는 포함되지 않음

[표 III-4] 카드 빅데이터 분석대상 및 분석기간

구분	내용
분석 대상 기간	- 2019년 1월~9월 (7월 미포함) - 2020년 1월~9월 (7월 미포함)
카드사용주체	- 내국인(개인 및 법인카드 사용금액) 및 외국인(외국발행카드 국내 사용금액)
업종	- 표준산업분류코드(10차) 중 음식점 및 주점업 세세분류 22개 업종
분석 항목	- 소비금액 - 소비 건수

나. 소비변화와 경기지수 간 상관관계(Correlation) 분석 결과

- 소비변화(소비 금액 및 소비 건수)와 공급자 측면의 경기 변화(경기지수) 간 상관관계를 살펴보기 위해 본 분석에서는 스피어만 상관계수(Spearman's Correlation coefficient)를 계산함
- 스피어만 상관계수는 두 현상 간 상관관계를 분석함에 있어서 각각의 지역이 상대적으로 갖는 소비변화와 경기변화의 순위(Rank) 간 상관관계를 측정하는 지표로 -1에서 1 사이의 값을 가지도록 일종의 표준화 작업을 거쳐 두 현상 간 상관관계를 설명하는 데 있어서 해석이 용이함. x_i 를 x 데이터에서 i 번째 데이터의 순위, y_i 를 y 데이터에서 i 번째 데이터라 정의하고 i 번째 데이터 간 순위의 차이를 d_i 라고 나타내면, 스피어만 상관계수는 다음과 같이 계산할 수 있음.

$$\rho_s = 1 - \frac{6}{n(n^2 - 1)} \sum_{i=1}^n d_i^2, \quad d_i = x_i - y_i$$

- 상관관계 분석 결과, 1분기부터 3분기까지 데이터를 모두 풀링(Pooling)한 경우, 소비건수와 경기지수, 소비금액과 경기지수 모두 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타남. 하지만, 분기별로 나눠서 살펴본 결과 경기지수와 소비금액 증가율 간 상관관계는 1분기와 2분기에는 유의하게 나타났으나, 3분기는 유의하지 않게 나타났으며, 소비 건수 증가율과 경기지수 간에도 유의한 상관관계가 존재하지 않는 것으로 나타남.
- 1분기와 2분기 결과는 체감경기가 단순 소비의 양 보다는 실질적인 매출액 변화에 더욱 민감하게 변화한다는 것을 설명해주므로 매출액을 기반으로 한 체감경기 지수인 경기지수의 타당성을 뒷받침하는 결과로 볼 수 있었으나, 3분기는 일관되지 않은 결과를 나타내고 있음
- 이러한 결과의 한가지 원인은 3분기 소비금액 증가율과 소비건수 증가율 산출 시 7월 데이터의 부재로 3분기의 소비금액 변화에 대한 정보를 온전히 담지 못한 결과로 보여지며, 향후 데이터의 지속적인 확보로 재차 결과에 대한 타당성 확보가 필요할 것으로 보여짐

[표 Ⅲ-5] 소비금액 증가율 및 소비 건수 증가율과 경기지수(KRBI) 간 순위 상관계수(Correlation Coefficient)

구분	표본 수	소비금액 증가율과 KRBI	소비 건수 증가율과 KRBI
1분기	17	0.610***	0.640***
2분기	17	0.697***	0.596***
3분기	17	0.345	0.216
1+2+3분기	51	0.584***	0.416***

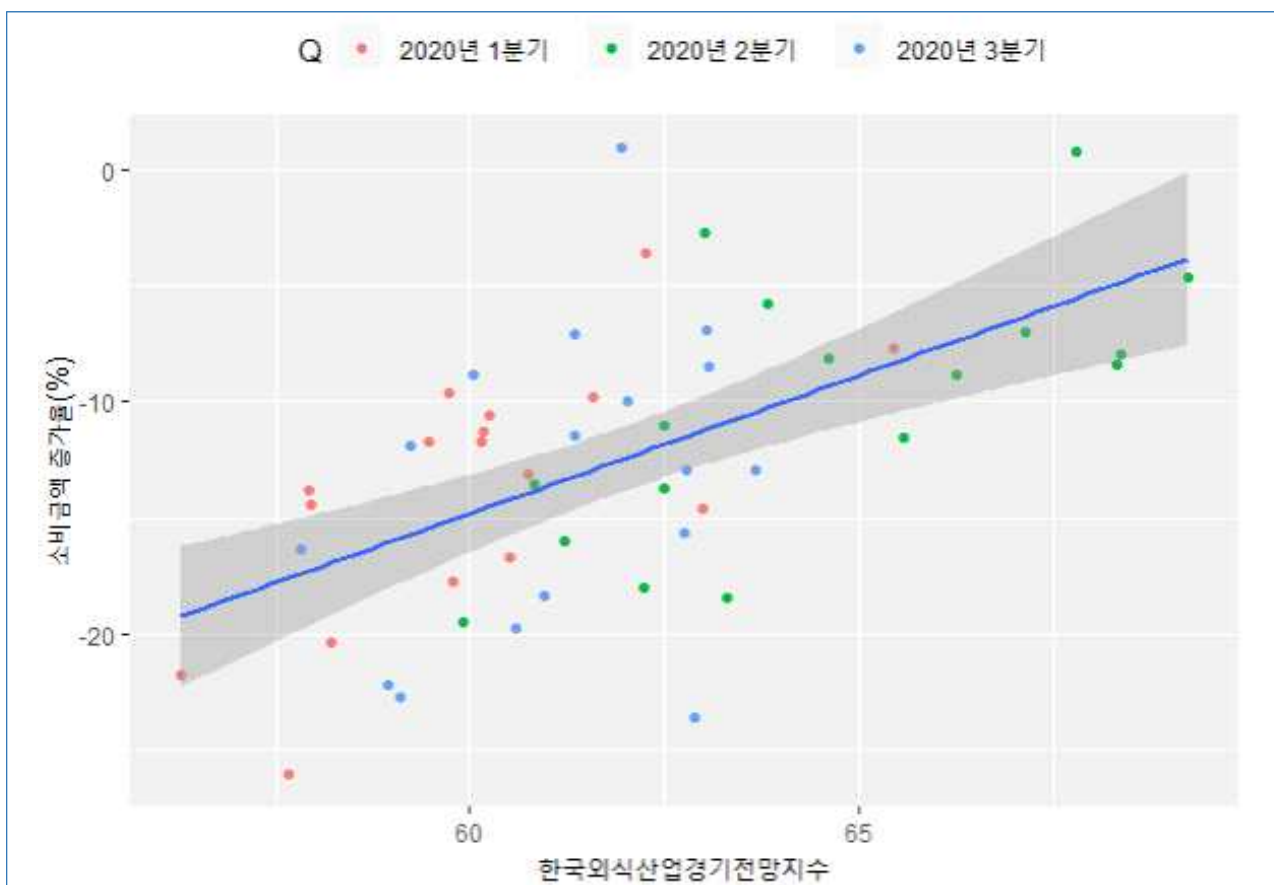
*** p < .01

- 분기별 차이는 있으나, 전반적으로는 여전히 지역별 소비자 측면의 경기 변화(소비금액 증가율 및 소비 건수 증가율)와 공급자 측면의 경기변화 간 통계적으로 유의한 관계를 가정할 수 있으며, 분기별 편차보다는 전반적인 관계에 초점을 맞춘다면 의미있는 결과라 할 수 있음. 다만, 상관관계의 구체적인 크기를 분석할 필요가 있음

다. 소비변화와 경기지수 간 회귀분석 결과

- 앞서 지역별 소비자 측면의 경기 변화와 공급자 측면의 경기 변화 간 유의한 상관관계를 확인했는데, 본 분석에서는 회귀분석(Regression)을 통해 관계의 크기를 규명하고자 함
- 먼저, 소비액 증가율이 경기지수에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 Adjusted-R square 값이 0.342으로 모델 설명력이 약 34.2%이며, 소비액 증가율의 계수는 통계적으로 유의한 것으로 나타나 소비액 증가율이 1단위(1%) 변할 때, 경기지수(KRBI)는 0.287 가량 변한다고 할 수 있음. 즉, 소비액이 10% 증가하면 경기지수는 약 2.8 정도 증가하는 것으로 해석할 수 있음

[그림 Ⅲ-4] 소비액 증가율(Growth rate)과 경기지수(KRBI) 간 관계



[표 Ⅲ-6] 업종별 소비금액 증감율 및 외식산업경기지수

구분	$\hat{\beta}$	Std.Error	t- value	p-value
Constant	65.524	0.788	83.172	0.000
소비액 증가율	0.287	0.057	5.045	0.000

$R^2 = 0.342$ / Adjusted- $R^2 = 0.328$

- 소비 건수 증가율이 경기지수에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 모델 설명력은 17.3%로 다소 낮게 나타났으나, 소비 건수 증가율의 계수($\hat{\beta}$)는 유의한 것으로 나타남. 즉, 소비 건수가 10% 증가하면, 경기지수는 약 2.0 정도 증가하는 것으로 나타남

[그림 Ⅲ-5] 소비 건수 증가율(Growth rate)과 경기지수(KRBI) 간 관계



[표 III-7] 업종별소비 건수 증감율 및 외식산업경기지수

구분	$\hat{\beta}$	Std.Error	t- value	p-value
Constant	64.005	0.749	85.400	0.000
소비액 증가율	0.199	0.062	3.202	0.002

$R^2 = 0.173$ / Adjusted- $R^2 = 0.156$

라. 카드 빅데이터와 경기지수 간 관계 분석 결과 시사점

- 카드사 데이터는 소비자 측면의 경기 변화를 설명해주는 지표이고 본 연구영역에서 시행하는 조사는 공급자 측면의 경기 변화를 설명해주는 지표임. 소비자 측면과 공급자 측면의 경제지표 간 상관관계를 살펴보았으며, 통계적 유의성을 확인할 수 있었고, 소비액 증가율과 경기지수 간 관계의 크기를 계량화할 수 있었음
- 결과를 요약하면, 분기별로 전년 동 분기 대비 금년 동 분기에 소비금액이 10% 증가하면, 경기지수는 약 2.8 정도 상승한다고 해석할 수 있고, 소비 건수 기준으로는 전년 동 분기 대비 10% 증가하면 약 2.0 정도 상승한다고 해석할 수 있음
- 기존에는 경기지수에 대한 수치 해석에 어려움이 있었으나 카드 빅데이터를 병행 활용하여 실질적인 소비변화액과 공급자가 체감하는 경기지수를 연동시켜 설명할 수 있다면 외식업계 이해관계자들이 경기지수를 해석함에 있어서 어느 정도 판단근거를 마련할 수 있을 것으로 기대됨
- 다만, 본 분석이 빅데이터를 활용하기는 했으나 실제로 지역단위 및 분기단위로 집계된 데이터를 활용해 실제 분석에 활용되는 자료의 단위는 17개 시도군으로 매 분기 17개의 관측치가 생성될 뿐임. 현재까지 분석한 자료는 3개 분기(51개 관측치)만을 활용했을 뿐 아니라 7월 데이터 부재로 3분기 자료는 온전한 정보를 담고 있지 못해 일반화하기 어려운 상황임
- 현재의 결과가 전반적 흐름 및 통계적 유의성의 방향을 확인할 수는 있었지만, 향후 당분간은 좀 더 정교한 데이터의 축적과 지속적인 검증을 통해 결과에 대한 타당성과 신뢰성을 확보해야 정책 의사결정자들의 의사결정에 활용할 수 있는 자료로써 활용될 수 있을 것으로 판단됨

3. 빅데이터(카드/POS) 기반 지수활용 가능성 검토

가. 스캐너 데이터 및 카드사 데이터의 유용성

- 스캐너 데이터(Scanner data) 혹은 POS 데이터(Point-of-Sales Data)는 소매점에서 발생하는 상거래의 상세한 정보가 기록된 데이터를 말하며, 각각의 거래에 대한 거래 시점, 금액, 수량, 메뉴 등 다양한 정보를 담고 있어 활용가치가 높음
- 노르웨이, 네덜란드, 스위스, 스웨덴 등 여러 유럽 국가들이 소비자물가지수(CPI) 산정에서 스캐너 데이터를 활발히 활용하고 있는 가운데, 우리나라도 최근 공식 통계편제에 있어 스캐너 데이터를 활용하기 위한 다양한 연구가 진행 중임
 - 해당 유럽 국가들의 공통점은 대부분 내수시장 규모가 작아 자료수집이 용이한 나라들이라는 공통점이 있음
 - 즉, 스캐너 데이터 또는 포스테이터의 활용도가 높음에도 불구하고 활용하기 어려운 이유는 데이터 수집이 쉽지 않기 때문이나, 우리나라에서도 통계청이 스캐너 데이터를 소비자 물가지수(CPI) 작성에 활용하기 위해 연구를 진행한 바있음(이궁희 외, 2017)²⁾
- 카드사 데이터 역시 소비 영역의 다양한 통계조사(ex. 가게 소비지출조사 등)에 활용가치가 높음. 단, 카드사 빅데이터는 통계조사를 목적으로 수집된 자료가 아니므로 통계 편제 목적으로 활용하기 위해 보완해야할 과제가 많음
- 현재 진행되고 있는 연구 혹은 사례 대부분이 소비 동향 파악에 초점을 두고 있으나, 본 분석에서는 공급자 측면에서 경기 파악의 목적으로 POS 데이터 및 카드사 데이터 활용의 가능성을 검토해보고자 함

나. 실사지수/카드사 데이터/POS데이터 비교 분석

- [표 III-8]을 살펴보면 실사조사에 비해 “카드사 데이터 및 POS 데이터”가 지니는 장점은 조사 시간 대비 조사 주기를 실사조사처럼 분기 단위가 아니라 월 단위로 분석도 가능하며, 빅데이터의 형태이므로 패널 분석이 가능함

2) 이궁희, 장영재, 손종칠, 강정일, 하혜진. (2017). 「소비자 물가지수 생산을 위한 스캐너 데이터 활용 방안 연구」. 통계청 연구용역보고서.

- 한국외식업경기지수가 패널분석이 제한되는 이유는 표본 수가 적고, 무응답 표본이 많아 매 분기 혹은 매년 새롭게 추가되는 사업체가 다수 있어 균형 패널 구축이 사실 상 불가함
- 금년 코로나19 확산에 따른 ‘사회적 거리두기’ 시행 등 경기에 타격을 주는 요인의 영향이 짧은 기간내 나타나는 경기 변화를 설명하는 데 있어서 분기 단위 경기지수는 적시성이 떨어져 정책 시행에 활용도가 떨어질 수 있는 바, 빅데이터를 활용해 월 단위 지수 산출은 적시성을 높일 수 있는 장점이 있음
- 카드사 데이터는 소비자를 기반으로 하므로 표본 추출 시 업종별 할당추출 및 지역별 할당추출이 불가능한 단점이 있는 반면, POS 데이터는 사업체를 기반으로 하고, POS 데이터를 통해 업종분류 및 지역 분류가 가능하므로 실사조사의 조사설계와 마찬가지로 비례배분 할당추출이 가능함
- 분기 단위 조사하는 실사조사의 경우, 매 분기 약 2주 가량의 조사기간이 소요되며 이로 인해 많은 시간과 비용이 투입되는데 반해, 표본 수가 적은 편임. 반면, 카드사 데이터와 POS 데이터를 활용하면 조사에 투입되는 시간이 적고, 데이터 공급자로부터 데이터를 받아서 분석까지 3일 이내에 완료할 수 있을 것으로 예상되며 월 단위로 지수를 산정하더라도 조사 및 분석에 따른 시간과 비용 상승 부담이 적을 것으로 판단됨
- 조사 표본의 대표성 측면에서 카드사의 경우, 특정 카드사의 데이터를 활용할 수 밖에 없다는 점과 해당 카드사의 소비자 이용 특성만 반영할 수 있다는 점에서 표집틀 자체에 대표성이 다소 떨어질 수 있고, POS 데이터의 경우 외식업종 가맹점 수가 약 8만 1천여 개로 표집틀이 작아 실사조사에 비해 대표성이 떨어짐. 하지만, 지역 및 업종별 모집단 분포에 따라 비례할당하고 표본 수를 실사조사보다 늘린다면, POS 데이터의 대표성 문제는 해소될 수 있을 것이라 판단됨
- 실사지수와 POS데이터는 단위 매장에서 발생하는 전체 매출이 고려되므로 타당성 및 대표성을 확보할 수 있는 반면, 카드사 데이터를 이용하는 경우 단위 매장의 매출의 일부만을 고려하고, 타 카드사 매출 및 현금 매출을 고려하지 못하므로 지수의 대표성이 다소 떨어짐

- 응답편향의 경우, 실사지수는 응답편향(Response bias)이 발생할 가능성이 높은 반면, 카드사 데이터와 POS 데이터는 실제 경기를 나타내므로 응답 편향이 발생할 가능성이 거의 없음
- 지수 산출방법에서 POS 데이터와 카드사 데이터가 다소 차이가 있는데, POS 데이터는 사업주를 대상으로 하므로 실사지수와 같이 3개의 범주(감소, 유지, 호전) 및 5개 범주(매우 감소, 감소, 유지, 호전, 매우 호전)로 나누어 지수를 산출하는 것이 가능하며, 패널 데이터화할 수 있어 실사지수보다 응답편향이 적은 결과를 얻을 수 있음. 반면, 카드사 데이터는 소비자를 기준으로 수집하므로 특정 업체의 매출 경기를 지수화하기 어려운 한계가 있음.
 - 카드사 데이터를 활용해 사업체 별 경기 변동을 측정하기 위해서는 각 소비자의 소비처별 소비액을 재산출 해야되는데, 데이터 공급자 입장에서 시간이 소요되는 작업으로 현실적인 어려움이 있음
- 매출경기 외 지수산출 가능여부에 대해 실사조사는 식재료원가 및 고용지수를 산출가능하나 POS 데이터는 불가한 대신, “생산량”의 지표로 주문건 수 경기를 파악할 수 있음. 식재료 원가 및 고용지수는 단위 매장에서 지속적으로 변하하는 지표는 아니므로 POS 데이터를 활용하면 파악이 제한된다고 하더라도 경기 파악의 신뢰성 측면에서 강점이 높음. 한편, 카드사 데이터는 매출 외 지표는 파악이 불가함
- 실사지수조사의 장점은 각 사업체의 특성을 직접 조사가능하다는 점에서 다양한 특성 변수에 따른 지수 산출 및 교차분석을 할 수 있다는 점인데, POS데이터를 활용하더라도 일부 특성 변수(좌석 수, 서비스형태 등)를 제외한 나머지 특성 변수에 대한 분석과 교차 분석이 가능함. 하지만, 카드사 데이터는 업종 및 지역 외 특성별 분석결과를 얻는 것은 한계가 있음
- POS 데이터를 이용함에 따라 일부 특성 변수 측정이 어렵다는 점을 감안하더라도 지수의 신뢰성 측면에서 활용 가능성이 매우 높다고 볼 수 있음

[표 III-8] 실사지수/카드사 데이터/POS 데이터 활용의 장·단점 비교

구분		실사지수	카드사 데이터 기반	POS 데이터 기반
조사주기		분기	월/분기	월/분기
비교 기준		전년 동분기	전년 동 월/분기	전년 동 월/분기
패널분석		불가능	가능	가능
조사 표본 수		분기별 3,000개	협의에 따라 수 만개 이상 가능	
조사 대상		사업주	소비자	사업주
비례배분 할당표본추출		가능	불가능	가능
조사 기간		매 분기 약 2주 소요	(월별 지수 기준) 1~3일 이내	(월별 지수 기준) 1~3일 이내
표본의 대표성		높음	중간	낮음 ※ 표본설계로 극복가능
지수의 대표성		높음	낮음	높음
응답편향		높음	낮음	낮음
지수산출방식		.	기존 지수산출 방식 적용 불가	기존 지수산출 방식 적용가능
매출액 외 지수산출 가능여부	식재료 원가	○	×	×
	고용	○	×	×
	주문건수(생산량)	×	×	○
사업체 특성별 분석 가능여부	지역별	○	○	○
	업종별	○	○	○
	상권별	○	×	○
	매출액 규모별	○	×	○
	좌석 규모별	○	×	×
	객단가 규모별	○	×	○
	운영형태별	○	×	△ (협의에 따라 가능)
	서비스형태별	○	×	×
교차분석		○	×	○

다. POS데이터 활용가능성

1) 조사 설계

○ 전국사업체 조사 모집단으로부터 업종*지역별 조사모집단 분포를 추출해 지역 및 업종별 비례배분 할당표본 추출률을 확보할 수 있음

○ [표 III-9]는 ‘2017년 전국사업체조사’ 결과의 지역 및 업종별 조사 모집단 분포를 나타냄

[표 III-9] 세분류*지역별 조사모집단 분포

세분류	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기
한식 일반음식점업	30,467	11,650	8,536	8,805	4,813	5,509	4,472	960	40,015
한식 면요리 전문점	3,674	1,579	1,219	977	313	835	541	97	4,245
한식 육류요리 전문점	10,211	4,263	2,840	2,648	1,926	2,215	1,990	280	14,072
한식 해산물요리 전문점	3,537	2,944	1,173	1,496	717	643	919	76	4,694
중식 음식점업	4,770	1,759	1,266	1,143	528	593	574	128	5,232
일식 음식점업	4,087	823	509	491	257	363	197	53	2,587
서양식 음식점업	3,523	710	652	416	314	330	308	69	2,124
기타 외국식 음식점업	1,393	215	147	170	70	89	53	20	1,006
기관 구내식당업	1,287	776	575	831	314	271	323	73	2,725
출장 음식 서비스업	109	14	59	38	16	21	17	0	123
제과점업	3,748	1,117	924	779	513	478	360	90	3,869
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	3,749	1,166	818	926	578	620	450	91	4,066
치킨 음식점업	5,413	2,752	1,942	1,956	1,066	1,378	1,081	195	8,673
김밥 및 기타 간이 음식점업	8,480	3,294	2,276	2,296	1,098	1,321	1,004	166	8,754
간이음식 포장판매 전문점	1,428	540	385	432	225	150	164	26	1,328
일반 유흥주점업	4,109	3,427	1,467	1,294	907	482	1,321	68	5,755
무도 유흥주점업	209	70	95	69	92	32	68	0	408
생맥주 전문점	1,947	637	270	322	209	181	106	33	2,005
기타 주점업	14,520	6,859	4,694	4,321	2,812	2,079	2,031	205	14,668
커피 전문점	13,662	3,596	2,975	2,743	1,967	2,062	1,141	266	12,524
기타 비알코올 음료점업	2,815	896	650	836	282	378	445	68	2,798
총합	123,138	49,087	33,472	32,989	19,017	20,030	17,565	2,964	141,671

세분류	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	총합
한식 일반음식점업	9,737	8,082	10,609	7,612	9,000	13,174	15,050	3,633	192,124
한식 면요리 전문점	1,416	912	1,058	691	409	1,451	1,598	440	21,455
한식 육류요리 전문점	3,550	2,883	3,166	2,263	2,862	5,066	6,042	1,456	67,733
한식 해산물요리 전문점	1,742	772	1,480	1,044	1,743	2,121	3,540	739	29,380
중식 음식점업	1,010	954	1,264	1,008	865	1,652	1,756	337	24,839
일식 음식점업	261	230	319	281	223	335	509	189	11,714
서양식 음식점업	445	294	411	406	296	523	719	291	11,831
기타 외국식 음식점업	51	84	117	72	61	95	168	43	3,854
기관 구내식당업	260	513	649	361	347	737	1,041	95	11,178
출장 음식 서비스업	29	47	37	13	18	27	18	12	598
제과점업	541	514	669	570	572	893	1,110	328	17,075
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	646	576	731	554	557	855	1,142	260	17,785

치킨 음식점업	1,507	1,432	1,876	1,378	1,343	2,508	3,073	526	38,099
김밥 및 기타 간이 음식점업	1,430	1,458	1,812	1,325	1,365	2,341	2,904	609	41,933
간이음식 포장판매 전문점	511	294	282	287	212	440	464	149	7,317
일반 유흥주점업	1,385	830	1,218	965	1,520	2,022	4,193	1,356	32,319
무도 유흥주점업	109	57	84	94	148	120	150	9	1,814
생맥주 전문점	157	276	229	148	141	182	298	53	7,194
기타 주점업	3,344	2,505	3,009	2,805	4,001	4,736	5,827	1,275	79,691
커피 전문점	1,981	1,490	1,869	1,886	1,663	2,692	3,282	1,129	56,928
기타 비알코올 음료점업	841	742	962	721	812	1,903	1,331	410	16,890
총합	30,953	24,945	31,851	24,484	28,158	43,873	54,215	13,339	691,751

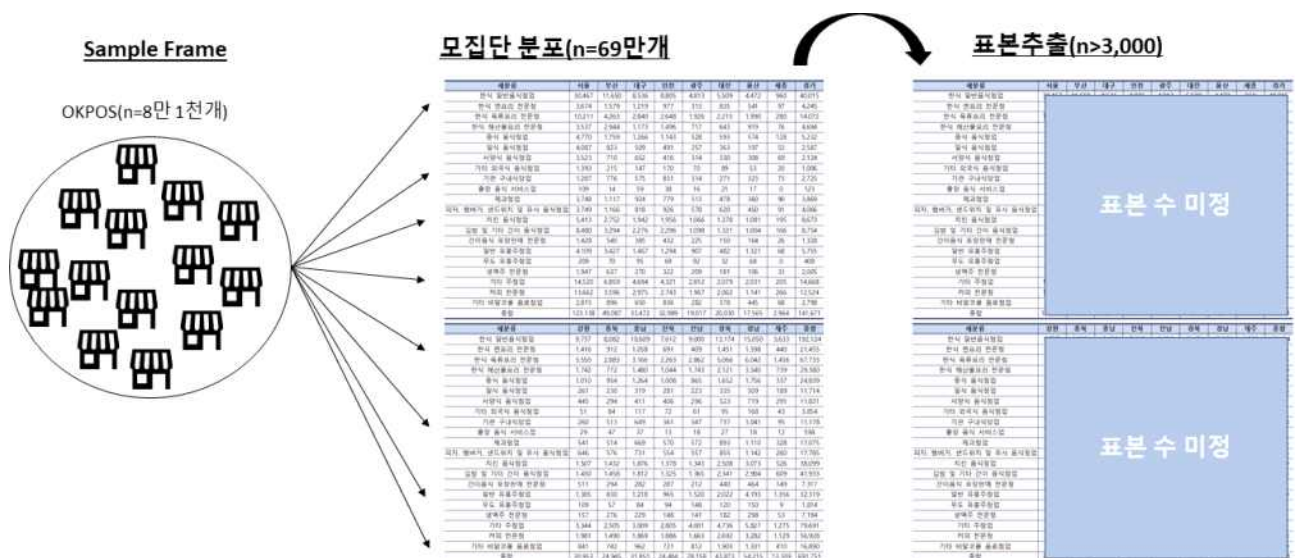
- 표본크기는 실사지수의 경우, 조사 부담으로 인해 목표상대표준오차(RSE) 크기에 따른 표본 크기 시뮬레이션을 해 RSE가 1.8%인 3,000개를 표본 크기로 결정한 바 있음

[표 Ⅲ-10] 실사지수/카드사데이터/ POS 데이터 활용의 장·단점 비교

RSE	0.015	0.016	0.017	0.018	0.019
표본의 크기	4,132	3,731	3,351	2,991	2,641

- 이미 RSE가 충분히 작은 값이나 POS 데이터를 활용할 시 조사부담이 줄어 더 작은 RSE에 상응하는 표본크기를 결정할 수 있으며, 현재 POS 데이터 공급업체로 고려 중인 (주)케이플러스의 OK POS 데이터는 약 8만 1천여 개의 외식 가맹점 데이터이며, 51개의 자체 분류기준으로 업종이 분류되어 있어 업종을 표준산업분류체계에 맞게 재분류 후 지역 및 업종에 따라 비례배분 할당표본을 추출할 수 있을 것으로 예상됨

[그림 Ⅲ-6] POS데이터의 표본추출 방법



2) 지수 산출 Logic

- POS 데이터를 활용한 지수 산출은 기존의 경기지수 산출방식과 동일하게 적용이 가능하며, 아래와 같이 3점 척도와 5점 척도 모두 아래와 같은 방식으로 산정할 수 있음

3점 척도 :

$$\left[\frac{(\text{실제 매출 증가업체 수} \times 0.5 - \text{실제 매출 감소업체 수} \times 0.5)}{\text{전체 사업체 수}} \times 100 \right] + 100$$

5점 척도 :

$$\left[\frac{(\text{매우 증가업체 수} \times 0.5 + \text{증가업체 수} \times 0.25 - \text{감소업체 수} \times 0.25 - \text{매우 감소업체 수} \times 0.5)}{\text{총사업체 수}} \times 100 \right] + 100$$

- 다만, 실제 매출액을 기준으로 할 경우, 매출액의 절대치가 동일한 경우는 없으므로 ‘경기 유지’의 응답치는 0일 것으로 판단됨. 따라서, 매출 변동이 어느 범주 이내일 경우에는 경기 변동이 없다고 판단할 수 있도록 경계를 정의할 필요가 있음. 또한, 5점 척도 지수를 적용할 시 “매우 증가”와 “증가”, 그리고 “매우 감소”와 “감소”의 경계를 정의할 필요가 있음. 이는 일반적인 외식업체의 규모별 매출 성과 지표를 통해 매출 증가의 규모가 통계적으로 유의한 규모와 증가는 했으나 통계적으로는 유의하지 않은 임계치(Critical value)를 통계적으로 찾아서 정의할 수 있을 것으로 예상됨
- 해당 작업을 위해서는 농촌경제연구원이 매년 시행하는 ‘외식기업 경영실태 조사’의 결과를 활용해 통계적으로 “매우 증가”와 “증가” 그리고 “매우 감소”와 “감소”의 경계를 찾을 수 있을 것으로 판단됨
- 실제 매출 경기의 변화를 이용한 지수산출의 예시를 위해 본 분석에서는 가상의 데이터 분포를 만들었으며, 이를 이용해 월별 지수 산출을 가시적으로 보이고자 함
- [표 III-12]와 같이 가맹점의 실제 매출액이 전년 동월 대비 2020년 동월 POS 상 실제 매출액과 주문건수가 증가 및 감소한 업체 수를 산출할 수 있음

[표 III-12] POS 데이터 활용 지수 산정 예시(월별 지수 산출 예시)

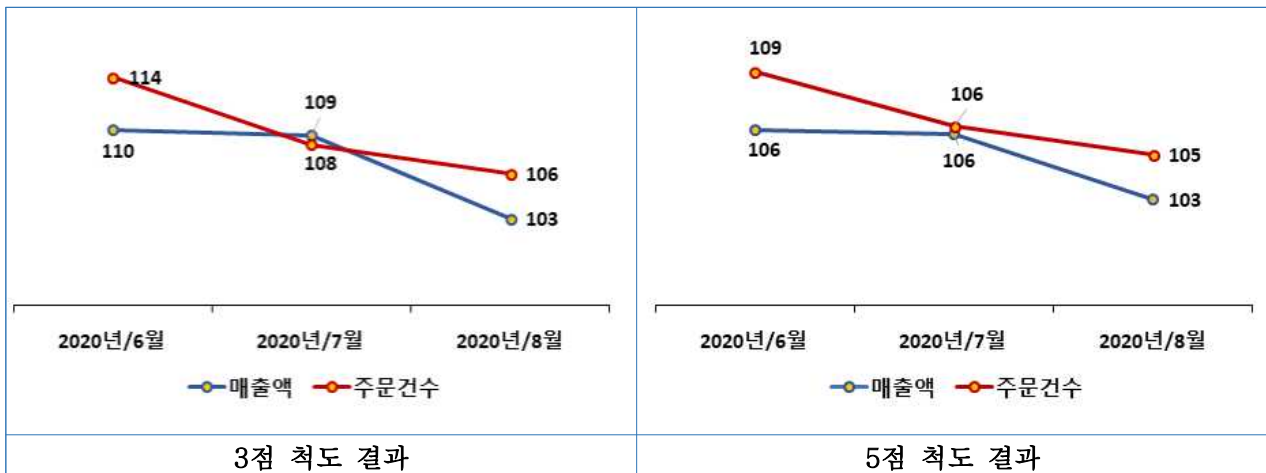
구분			2019년 6월 대비 2020년 6월 변화		2019년 7월 대비 2020년 7월 변화		2019년 8월 대비 2020년 8월 변화	
			매출액	주문건수	매출액	주문건수	매출액	주문건수
「증가」 업체 수	①	매우 증가	1,433	1,633	1,592	1,802	1,642	1,892
	②	증가	4,473	4,273	4,463	4,253	3,761	3,511
	③	①+②	5,906	5,906	6,055	6,055	5,403	5,403
「유지」 업체 수	④		1,920	2,750	2,321	3,402	2,123	3,421
「감소」 업체 수	⑤	매우 감소	2,903	2,113	2,923	3,153	3,882	2,932
	⑥	감소	805	695	912	682	872	922
	⑦	⑤+⑥	3,708	2,808	3,835	3,835	4,754	3,854
총 사업체 수	⑧	③+④+⑦	11,534	11,464	12,211	13,292	12,280	12,678

○ 예시 데이터를 활용해 월별 지수를 산출한 결과는 아래와 같으며, POS 데이터는 주문 건수를 파악할 수 있어 생산량을 나타내는 주문건수와 생산액을 나타내는 매출액 경기를 비교하며 경기를 파악할 수 있음

[표 III-13] POS 데이터 활용 지수 산출 결과(예시)

구분	2020년 6월		2020년 7월		2020년 8월	
	매출액 경기지수	주문건수 경기지수	매출액 경기지수	주문건수 경기지수	매출액 경기지수	주문건수 경기지수
3점 척도	110	114	109	108	103	106
5점 척도	106	109	106	106	103	105

[그림 III-7] POS 데이터 활용 지수 산출 결과(예시)



라. 카드사 데이터 활용가능성

1) 소비 변화와 경기지수 간 관계 검증

- 2020년 한국외식기업경기지수(KRBI) 사업 간 국내 카드사(신한카드)의 가맹점 매출액 데이터를 활용해 소비자 측면의 수요 변화(소비금액 및 소비 건수)와 공급자 측면의 경기 변화(경기지수) 간 관계를 살펴본 바 있음
- 본 분석에 활용된 자료는 전수자료가 아닌, 특정 카드사(신한카드)의 부분자료를 활용하였으므로 전수집단 자료와는 다소 상이할 수 있으나 거시경제적 관점에서의 관계의 유의성을 파악하는데 초점을 둠
- 상관관계 분석 결과, 1분기부터 3분기까지 데이터를 모두 풀링(Pooling)한 경우, 소비건수와 경기지수, 소비금액과 경기지수 모두 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타남. 하지만, 분기별로 나눠서 살펴본 결과 경기지수와 소비금액 증가율 간 상관관계는 1분기와 2분기에는 유의하게 나타났으나, 3분기는 유의하지 않게 나타났으며, 소비 건수 증가율과 경기지수 간에도 유의한 상관관계가 존재하지 않는 것으로 나타남
- 1분기와 2분기 결과는 체감경기가 단순 소비의 양 보다는 실질적인 매출액 변화에 더욱 민감하게 변화한다는 것을 설명해주므로 매출액을 기반으로 한 체감경기 지수인 경기지수의 타당성을 뒷받침하는 결과로 볼 수 있었으나, 3분기는 일관되지 않은 결과를 나타내고 있음
- 이러한 결과의 한가지 원인은 3분기 소비금액 증가율과 소비건수 증가율 산출 시 7월 데이터의 부재로 3분기의 소비금액 변화에 대한 정보를 온전히 담지 못한 결과로 보여지며, 향후 데이터의 지속적인 확보로 재차 결과에 대한 타당성 확보가 필요할 것으로 보여짐

[표 Ⅲ-14] 소비 증가율과 경기지수(KRBI)와 상관계수(Correlation Coefficient)

구분	표본 수	소비금액 증가율과 KRBI	소비 건수 증가율과 KRBI
1분기	17	0.610***	0.640***
2분기	17	0.697***	0.596***
3분기	17	0.345	0.216
1+2+3분기	51	0.584***	0.416***

*** $p < .01$

- 분기별 차이는 있으나, 전반적으로는 여전히 지역별 소비자 측면의 경기 변화(소비금액 증가율 및 소비 건수 증가율)와 공급자 측면의 경기변화 간 통계적으로 유의한 관계를 가정할 수 있으며, 분기별 편차보다는 전반적인 관계에 초점을 맞춘다면 의미있는 결과라 할 수 있음. 다만, 상관관계의 구체적인 크기를 분석할 필요가 있음
- 추가적으로 회귀분석을 통해 소비 변화와 경기지수 간 관계를 규명하고자 함. 소비액 증가율이 경기지수에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 Adjusted-R square 값이 0.342으로 모델 설명력이 약 34.2%이며, 소비액 증가율의 계수는 통계적으로 유의한 것으로 나타나 소비액 증가율이 1단위(1%) 변할 때, 경기지수(KRBI)는 0.287 가량 변한다고 할 수 있음. 즉, 소비액이 10% 증가하면 경기지수는 약 2.8 정도 증가하는 것으로 해석할 수 있음
- 소비 건수 증가율이 경기지수에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 모델 설명력은 17.3%로 다소 낮게 나타났으나, 소비 건수 증가율의 계수($\hat{\beta}$)는 유의한 것으로 나타남. 즉, 소비 건수가 10% 증가하면, 경기지수는 약 2.0 정도 증가하는 것으로 나타남

[표 III-15] 소비변화와 외식산업경기지수의 관계

구분	소비금액 증가율(%)			소비건수 증가율(%)		
	$\hat{\beta}$	S.E.	t-value	$\hat{\beta}$	S.E.	t-value
Constant	65.524	0.788	83.172	64.005	0.749	85.400
소비 증가율	0.287***	0.057	5.045	0.199***	0.062	3.202
R^2	0.342			0.173		
Adjusted- R^2	0.328			0.156		

*** p < .01

2) 카드사 데이터 활용의 제한사항

- 경기지수와 소비액 증가 간 연관성 분석결과, 공급자 측면의 경기를 나타내는 경기지수와 소비자 측면의 경기를 나타내는 소비액 변화 간 유의한 상관관계는 있는 것으로 나타남
- 다만, 소비액은 월 단위로 공표되는 반면, 경기지수는 분기단위로 발표되는 한계가 있으며, 소비액과 경기지수를 “지역” 단위 이상으로 매칭하는 것이 어려워 단순히 지역 별 경기지수와 소비액 변화 간 상관관계를 보는 것에 그침
- 카드사 데이터는 실사조사 및 POS 데이터에 비해 규모가 큰 빅데이터 형태를 띄고 있어 분석의 신뢰성을 높일 수 있음. 다만, 소비자를 기준으로 데이터가 집계되므로 “한국의 외식산업경기지수”에서 추구하고자 하는 사업체 입장에서의 경기파악은 제한되며, 오히려 “소비자 소비동향” 등의 지표로 활용하기에 적절한 데이터라 할 수 있음
- 카드사 데이터를 이용해 사업체의 경기를 파악하기 위해서는 소비자의 단위 건수마다 구매한 구매처와 구매 금액을 매칭해 다시 사업체 단위의 데이터로 변환하는 작업이 필요한데, 방대한 양의 데이터로부터 데이터의 기준을 변환하는 것은 매우 소모적인 작업으로 데이터의 규모와 적시성을 목표로 하는 빅데이터 분석에서 오히려 시간과 비용이 증가하는 것은 분석목적과는 맞지 않다고 판단됨
- 또한, 현재 제공되는 카드사 데이터는 원시 데이터 형태가 아닌, 빅데이터의 요약 데이터 형태이므로 세밀한 분석 자체가 불가능한 상황이며, 앞서 언급한 바와 같이 지역별 지수와 소비 변화 간 상관관계 파악 정도만 가능하고, 이마저도 조사 주기가 달라 충분한 샘플을 확보하는 것이 쉽지 않음
- 따라서, 원시데이터 형태로 제공되지 않는다면 카드사 데이터를 지수 산출에 적용하는 것은 현실적인 어려움이 있으며, 대안으로 앞서 살펴본 POS 데이터의 활용에 무게를 두는 것이 적절할 것으로 판단됨

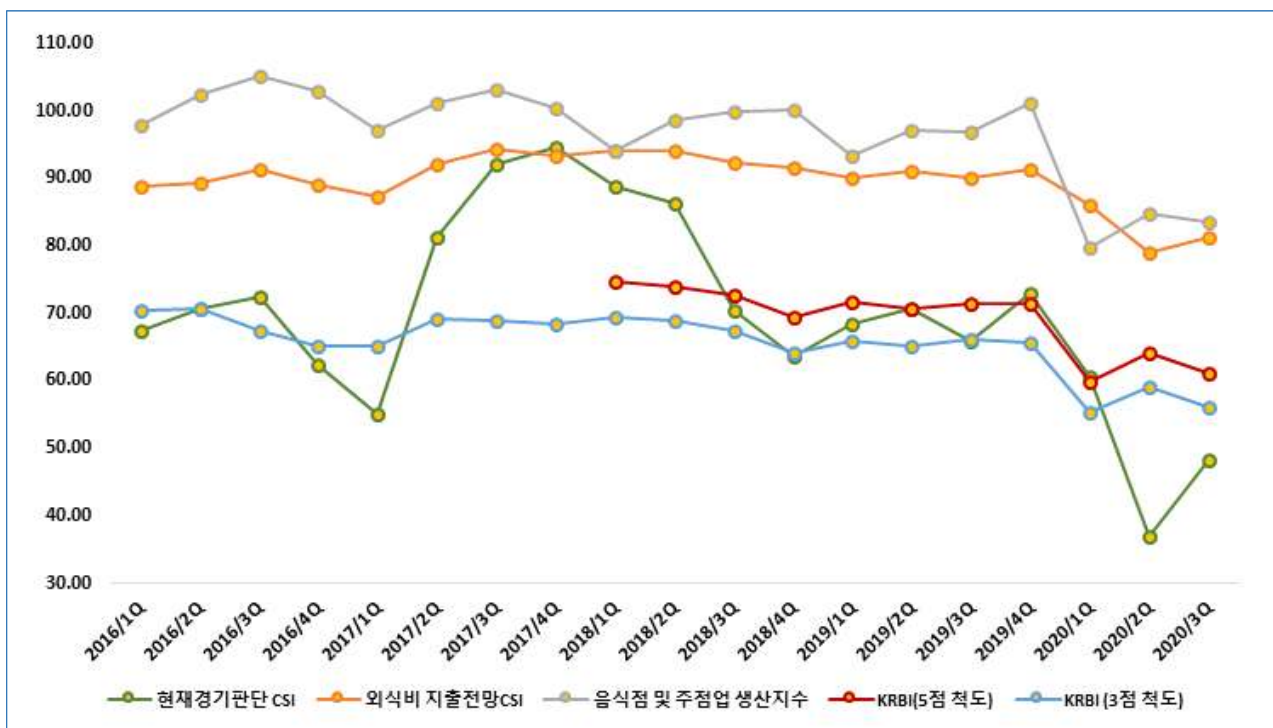
IV. 향후 지수 활용 관련 제언

1. KRBI지수 보정 필요성 검토

가. 지수 보정의 필요성

- 한국외식산업경기지수는 외식 서비스를 제공하는 공급업체의 지난 실적과 향후 경기 전망을 조사한다는 점에서 기업경기실사지수(Business Survey Index:BSI)와 유사하며, 지수 산출 방법 또한 BSI와 유사한 방법으로 산출됨
- BSI는 간단한 설문조사에 의해 산출되기 때문에, 실질 매출액 혹은 실질 생산량에 기초한 경기 판단이 어려운 상황 하에서 매우 빠르고, 간단하게 경기를 파악할 수 있다는 점에서 장점이 있음. 하지만, 체감 경기에 대한 주관적 판단에 의해 측정되는 바 다소 편향이 발생할 수 있음
- BSI의 응답자가 기업의 담당자라는 점과 달리, 한국외식산업경기지수(KRBI)는 단위 사업장의 사업주라는 점에서 응답의 편향이 발생할 가능성을 지니고 있음
- [그림 IV-1]과 같이 외식산업 경기와 관련한 주요 거시 경제지표와의 관계를 살펴보면, 실제 매출액을 바탕으로 한 음식점 및 주점업 생산지수와 외식산업경기지수가 다소 다른 양상을 나타내고 있음

【그림 IV-1】 주요 거시경제 지표 추이 (분기별)



- KRBI 3점 척도를 살펴보면, 2016년 1분기부터 3분기까지 생산지수는 상승하는 반면, 외식업 경기지수는 오히려 감소하는 양상을 나타냄.
- 외식산업 규모는 꾸준히 증가하고, 사업체 당 매출액 역시 꾸준히 증가함에도 불구하고, 외식업 경기지수는 2012년 발표 이래 100을 상회한 적이 없어 꾸준한 경기 하락을 나타내고 있음

【표 IV-1】 외식업 사업체 수 및 매출액

구분	사업체 수(개)	매출액(백만원)	사업체 당 매출액 (백만원)
2016	675,056	118,853,262	176.1
2017	691,751	128,299,793	185.5
2018	709,014	138,183,129	194.9

자료 : 통계청, 「서비스업 동향조사」

- 타 실사조사의 경우, 조사목적에 따라 3~7점 척도로 다양하게 활용하고 있으며, 실사 조사 결과를 월 단위 혹은 분기 단위 측정을 하고 있음

【표 IV-2】 기관별 BSI조사 비교

	외식산업경기전망지수	기업경기실사지수	제조업 경기실사지수	소상공인시장 경기동향지수
조사기관	농림축산식품부/aT	한국은행	산업통상자원부/KIET	중소벤처기업부
조사주기	매 분기	매 월	매 분기	매 월
비교시점	전년 동 분기	전년 동월/전 월	전 분기	전 월
조사척도	3점/5점	3점	7점	5점
표본 수	3,000개	(전국) 약 3,700개 제조업 약 2,200개, 비제조업 약 1,500개	약 3,000개	(소상공인) 약 2,400개 (전통시장) 약 1,300개

- 하지만, 대부분 BSI 지수들이 계절 조정 외 뚜렷한 지수 보정 작업을 수행하지는 않으며, 이는 소비자 심리지수와 같은 타 실사지수도 마찬가지임

※ 참고 : 계절조정(Seasonal adjustment) (자료 : 통계청)

- 한국외식업경기지수(KRBI)는 전년 동분기 대비 금년 동분기의 매출 변화에 대한 응답임에도 불구하고, 응답 시기의 경기 악화와 꾸준한 경기 하락의 영향으로 실제 매출 변화와 무관하게 비관적으로 응답하는 응답편향(Response Bias)이 발생함
 - 참고로 한국은행이 실시하는 기업경기조사(BSI)의 경우, 전반적으로 해당 기업의 매출 변화에 대해 낙관적인 응답 편향(Response bias)이 발생함.
 - 이는 기업의 경우, 내부 종사원과 이해관계자들이 있으므로 실제 매출 성과보다 편향되게 응답하기 때문으로 보여짐
- 따라서, 응답편향(Reponse Bias)로 인해 하편향(Lower-biased) 경향이 나타나 더 정확한 체감경기를 조사할 필요성이 대두됨
- 이에 더욱 정확한 경기 체감 상태를 파악하기 위하여 조사항목 평가 기준을 3점 척도에서 5점 척도로 변경하고 2018년부터 자체적으로 5점 척도와 3점 척도를 병행 조사하였으며, 2019년 척도변경 승인에 따라 2020년부터는 5점 척도를 주 척도로 활용하였음. 다만, 척도가 변경되어도 정의 상 KRBI의 최하 50에서 최고 150까지 분포하는 범위는 3점 척도와 동일함

【그림 IV-2】 외식산업경기전망지수 척도 변경(3점 척도 → 5점 척도)

$$KRBI = \left[\frac{(\text{호전업체 수} \times 0.5 - \text{악화업체 수} \times 0.5)}{\text{총 유효 응답업체 수}} \times 100 \right] + 100$$



$$KRBI = \left[\frac{(\text{매우 호전업체 수} \times 0.5 + \text{호전업체 수} \times 0.25 - \text{악화업체 수} \times 0.25 - \text{매우 악화업체 수} \times 0.5)}{\text{총 유효 응답업체 수}} \times 100 \right] + 100$$

- 하지만, 변경된 척도를 주 척도로 적용한 2020년 시점에서 5점 척도로 관측가능한 최대 기간이 11개 분기밖에 되지 않아 지수 추이를 파악하기에 다소 시계열이 짧은 한계가 있음
- 따라서, 3점 척도로 측정된 과거 지수를 5점 척도에 맞게 보정하는 작업이 필요할 것으로 판단됨

나. 척도 변경에 따른 시계열 연장을 위한 지수보정

- 2018년 1분기부터 조사된 5점 척도를 2020년부터 주 척도로 활용함에 따라 과거 시계열이 단절되는 현상이 발생해 시계열 연장을 위해 2018년부터 2020년까지 3개년 조사결과를 바탕으로 과거 지수를 예측하고자 함
- 2018년부터 2020년 3분기까지 전체 지수를 기준으로 할 경우, 관측 시점이 11개로 예측이 제한되어 각 분기의 17개 시도별 지수를 추출해 총 181개(17개 시도×11개 분기)의 데이터로 예측모형을 수립하고, 이를 통해 전체 지수를 예측하고자 함
- 수집된 데이터는 Pooling하여 분기 및 지역구분 없이 단순 회귀모형으로 예측하였으며, 회귀식은 다음과 같음

$$KRBI_i^5 = constant + \beta * KRBI_i^3 + \epsilon_i$$

- 예측결과는 [표Ⅳ-3]과 같으며, 예측치와 실제치의 차이는 ④과 같이 나타남. ④의 값을 이용해 평균절대오차(MAE)와 제곱근평균제곱오차(RMSE)로 예측성능을 평가하였으며 평균절대오차(MAE)를 기준으로 약 0.38, 제곱근평균제곱오차 기준으로 0.53 정도의 오차가 존재하는 것으로 나타남
- 실제 5점 척도와 실제 3점 척도 간 차이(Gap)인 ⑥과 예측된 5점 척도와 실제 3점 척도 간 차이(Gap)인 ⑤를 살펴보면, 비슷한 Gap으로 추정되었으므로 정확한 지수는 아니더라도 대략적인 추이는 판단할 수 있을 것으로 예상됨
- 현재의 예측결과도 예측 오차가 비교적 적은 수준으로 예측되었으나 예측의 타당성을 검증할 수 있는 실제치가 11개 데이터만 존재하므로 향후 5점 척도의 데이터가 추가적으로 확보된 후에 고급통계기법을 이용한다면 더욱 정교하게 과거 시계열을 보정할 수 있을 것으로 기대됨

【표 IV-3】 5점 척도 과거 시계열 연장

분기	①	②	③	④	⑤	⑥
	3점 척도 실제치	5점 척도 실제치	5점 척도 예측치	(②-③)	(③-①)	(②-①)
2014/1Q	73.84	·	79.01	·	5.17	·
2014/2Q	71.28	·	76.53	·	5.25	·
2014/3Q	71.99	·	77.22	·	5.23	·
2014/4Q	70.67	·	75.94	·	5.27	·
2014/1Q	73.76	·	78.94	·	5.18	·
2015/2Q	61.19	·	66.77	·	5.58	·
2015/3Q	72.32	·	77.54	·	5.22	·
2015/4Q	73.69	·	78.87	·	5.18	·
2016/1Q	70.29	·	75.58	·	5.29	·
2016/2Q	70.55	·	75.83	·	5.28	·
2016/3Q	67.51	·	72.89	·	5.38	·
2016/4Q	65.04	·	70.50	·	5.46	·
2017/1Q	65.14	·	70.59	·	5.45	·
2017/2Q	69.04	·	74.37	·	5.33	·
2017/3Q	68.91	·	74.24	·	5.33	·
2017/4Q	68.47	·	73.82	·	5.35	·
2018/1Q	69.45	74.81	74.76	0.05	·	5.36
2018/2Q	68.98	73.94	74.31	-0.37	·	4.96
2018/3Q	67.41	72.60	72.79	-0.19	·	5.19
2018/4Q	64.20	69.51	69.68	-0.17	·	5.31
2019/1Q	65.97	71.77	71.40	0.37	·	5.80
2019/2Q	65.08	70.67	70.53	0.14	·	5.59
2019/3Q	66.01	71.47	71.43	0.04	·	5.46
2019/4Q	65.68	71.44	71.11	0.33	·	5.76
2020/1Q	55.38	59.76	61.15	-1.39	·	4.38
2020/2Q	59.10	64.11	64.75	-0.64	·	5.01
2020/3Q	56.02	61.21	61.77	-0.56	·	5.19
MAE* : 0.384 / RMSE** : 0.531						

2. 외식 관련 빅데이터 활용 제언

- 앞서 빅데이터 관련 분석을 통해 외식 관련 빅데이터를 활용해 경기지수로 활용가능성을 면밀히 검토하였으며, 검토 결과 빅데이터 활용의 긍정적 측면이 많음을 확인할 수 있었음
- 이미 해외 국가에서는 POS 데이터를 공식 통계편제 목적으로 활용하고 있으며, 우리나라도 실질 생산액 및 판매액을 기준으로한 통계 편제가 존재하고 있으나 패널 분석(Panel Analysis)가 아니라 전체 판매액 혹은 생산량의 변화를 기반으로 생산액 지수 등을 산정하고 있음
- 외식업은 사업단위가 미시적이고, 시장은 확대되더라도 단위 사업장의 경기변화가 중요한 바 개별 사업장의 매출 경기 변화에 대한 분석이 필요하며, 이로 인해 2011년부터 실사조사를 시행해왔음
- 실제 매출 데이터 파악이 제한되는 이유로 실사조사를 실시해왔으나 실사조사는 분기 단위로 조사를 수행하는 이유로 적시성(Timeliness)이 떨어지고, 시간과 비용 제약으로 인해 조사 표본이 크지 않다는 한계가 있음. 또한, 응답자의 응답 편향(Response bias)가 발생할 가능성도 존재함
- 카드사 데이터 및 POS 데이터에 대한 활용가능성 검토 결과, POS 데이터를 활용하면 현재 실사조사의 한계를 어느 정도 극복할 수 있는 대안으로 활용할 수 있으며 경기 변동에 대한 편향(Bias)을 최소화하는 지표로써 활용도를 기대해볼 수 있음
- 다만, POS 데이터를 활용하기 위해서는 POS데이터가 가지는 대표성 문제를 해결하기 위해 정교한 표본 설계와 POS 데이터를 활용한 지수의 통계적 검증은 추가적으로 수행할 필요가 있을 것으로 판단됨

0 제 목 : 2020년 외식산업경기전망지수 종합보고서

0 발 행 처 : 한국농수산물유통공사

0 발 행 일 : 2021년 1월

0 주 소 : 전라남도 나주시 문화로 227

0 조사기관 : 경희대학교 산학협력단, (사)한국외식업중앙회 한국외식산업연구원

0 문 의 처 : 한국농수산물유통공사 식품기획정보부 (061-931-0714)

* 동 자료는 한국외식산업정보포털(The외식) www.aTfis.or.kr을 통해 다운로드
받아 보실 수 있습니다.
